



Český **telekomunikační** úřad

## **Analýza velkoobchodního trhu mobilních služeb**

## Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Vymezení maloobchodního trhu</b>	<b>5</b>
2.1	<i>Popis typů mobilních služeb</i>	7
2.2	<i>Mobilní tarif s daty</i>	8
2.2.1	Struktura nabídky služeb a jejich ceny	8
2.2.2	Struktura a vývoj poptávky	14
2.2.3	Mezinárodní srovnání	16
2.3	<i>Mobilní internet</i>	18
2.3.1	Struktura nabídky služeb a jejich ceny	18
2.3.2	Struktura a vývoj poptávky	20
2.4	<i>Neveřejné, rodinné a studentské nabídky na maloobchodním trhu</i>	22
2.5	<i>Věcné vymezení maloobchodního trhu a zákaznická segmentace</i>	25
2.6	<i>Tržní podíly na maloobchodním trhu</i>	29
2.7	<i>Hodnocení situace na maloobchodním trhu</i>	37
<b>3</b>	<b>Vymezení velkoobchodního trhu</b>	<b>38</b>
<b>4</b>	<b>Územní vymezení</b>	<b>40</b>
<b>5</b>	<b>Časové vymezení</b>	<b>40</b>
<b>6</b>	<b>Vyhodnocení kritérií pro samostatnou významnou tržní sílu</b>	<b>41</b>
6.1	<i>Tržní podíly a jejich vývoj</i>	41
6.2	<i>Hodnocení cenové konkurence na vymezeném velkoobchodním trhu</i>	49
6.3	<i>Další kritéria hodnocení samostatné významné tržní síly</i>	54
6.4	<i>Závěr k vyhodnocení kritérií pro samostatnou významnou tržní sílu</i>	56
<b>7</b>	<b>Vyhodnocení kritérií pro společnou významnou tržní sílu</b>	<b>56</b>
7.1	<i>Způsobilost trhu k tacitní koluzi</i>	57
7.1.1	Existence referenčního bodu	57
7.1.2	Symetrické postavení	59
7.2	<i>Možnost monitorování odklonů od podmínek společné strategie</i>	71
7.2.1	Transparentnost trhu	71
7.2.2	Vazby mezi subjekty	74
7.3	<i>Účinné odvetné mechanismy</i>	76
7.4	<i>Reakce subjektů stojících mimo společnou strategii</i>	76
7.4.1	Překážky vstupu na trh	76
7.4.2	Tržní síla na straně poptávky	77

7.4.3	Potenciální konkurence .....	78
	<b>Definice pojmů a zkratk:</b> .....	<b>80</b>

# 1 Úvod

Úřad za situace, kdy došlo k rozvoji datových služeb v sítích LTE, percipoval možné soutěžní problémy na trhu mobilních služeb v České republice a současně byl upozorňován i ze strany spotřebitelů, virtuálních operátorů a médií na nespokojenost se stávajícími maloobchodními nabídkami (zejména mobilních datových služeb u síťových operátorů), a také s velkoobchodními nabídkami pro MVNO, a na problémy, které tyto tři strany vnímají na trhu mobilních služeb. Úřad vzal rovněž v potaz mezinárodní srovnání, podle nichž je Česká republika řazena do skupiny nejdražších zemí Evropské unie<sup>1</sup>. Úřad měl proto důvodné pochyby, zda čeští spotřebitelé<sup>2</sup> nejsou poškozováni nedostatečnou hospodářskou soutěží na rezidentním trhu mobilních služeb a nejsou tak nuceni platit výrazně vyšší ceny za mobilní datové služby.

Proto se Úřad rozhodl, v souladu s pravidly nastavenými Evropskou komisí v Doporučení o relevantních trzích produktů a služeb v odvětví elektronických komunikací, které připadají v úvahu pro regulaci ex ante podle směrnice Evropského parlamentu a Rady 2002/21/ES o společném předpisovém rámci pro sítě a služby elektronických komunikací, provést nejprve [test tří kritérií](#) (dále také jen T3K), jakožto první nezbytný krok pro vymezení nového velkoobchodního relevantního trhu mobilních služeb.

V provedeném T3K bylo prokázáno a v jeho závěru konstatováno, „že všechna tři kritéria jsou kumulativně splněna. Na základě vyhodnocení testu tří kritérií našel Úřad bariéry vstupu na trh, shledal, že na maloobchodním i velkoobchodním trhu neprobíhá efektivní hospodářská soutěž zejména na segmentu rezidentních zákazníků a že právo hospodářské soutěže není dostatečné pro odstranění nalezených problémů. Úřad proto dospěl k závěru, že velkoobchodní trh přístupu k mobilním službám je trhem vhodným pro ex ante regulaci uplatňovanou Úřadem, a proto Úřad navrhuje tento trh zařadit do seznamu relevantních trhů, který vydává opatřením obecné povahy v souladu s ustanovením § 52 Zákona“<sup>3</sup>. Na základě závěru T3K, Úřad následně provedl tuto analýzu trhu mobilních služeb. Jejím cílem bylo posoudit úroveň konkurenční soutěže na definovaném velkoobchodním a souvisejícím maloobchodním trhu mobilních služeb pro spotřebitele, a vyhodnotit existenci významné tržní síly, resp. společné významné tržní síly, podle stejných kritérií, která Úřad hodnotí při analýze již ustanoveného relevantního trhu.

Pokud Úřad ustanoví nový relevantní trh, musí v rámci následné analýzy relevantního trhu při vyhodnocování existence významné tržní síly nalézt podnik či podniky s významnou tržní silou, aby poté mohl přistoupit za účelem nápravy neefektivní konkurence a nahrazení chybějících účinků hospodářské soutěže k uložení vhodných povinností, neboli nápravných opatření. V případě struktury trhu mobilních služeb, v souvislosti s provedeným T3K, Úřad předpokládá na tomto trhu zejména zkoumání existence společné významné tržní síly, v rámci něhož musí prokázat kumulativní splnění všech příslušných kritérií - tzv. Airtours kritéria<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Viz například zpráva Evropské komise [Mobile Broadband Prices in Europe 2017](#). Česká republika je na základě srovnávaných dat (k únoru, resp. červenci 2017) spolu s Řeckem, Kypru a Maďarskem zařazena do skupiny nejdražších zemí EU.

<sup>2</sup> Úřad rovněž pro označení toho zákaznického segmentu v analýze používá pojmy rezidentní zákazníci (či rezidentní segment) a domácnosti (či segment domácností).

<sup>3</sup> Viz [Test tří kritérií](#), str. 76

<sup>4</sup> Airtours kritéria jsou popsána v kapitole 7.

## 38 2 Vymezení maloobchodního trhu

39 Pro účely provedení této analýzy Úřad vycházel z věcného vymezení maloobchodního  
40 trhu (a také nadřazeného velkoobchodního trhu) provedeného v rámci T3K, přičemž Úřad  
41 v analýze aktualizoval zejména maloobchodní nabídky síťových i virtuálních operátorů a údaje,  
42 které čerpá z elektronického sběru dat (dále také jen „ESD“) od poskytovatelů služeb  
43 elektronických komunikací, a také si od nich vyžádal potřebné doplňující informace, které  
44 neměl k dispozici v rámci ESD, s cílem ověřit si správnost a aktuálnost tohoto věcného  
45 vymezení. Aktualizované údaje pak potvrdily závěry původního věcného vymezení v T3K  
46 s tím, že v návaznosti na vyhodnocení T3K se Úřad dále v analýze zabýval trhem mobilních  
47 služeb pro rezidentní zákazníky.

48 Při vymezení maloobchodního trhu Úřad postupoval v souladu s Metodikou analýz  
49 relevantních trhů<sup>5</sup> a s Pokyny<sup>6</sup> – částí 2<sup>7</sup>. Proces definování trhu relevantního produktu nebo  
50 služby je proto zahájen definováním souboru služeb, které využívají spotřebitelé pro stejné  
51 účely (koncové užití).

52 Úřad při definování trhu (maloobchodního i velkoobchodního) v souladu  
53 s Doporučením<sup>8</sup> vzal do úvahy stávající stav rozvoje sítí a služeb a aplikoval přístup zaměřený  
54 na budoucnost (forward looking approach), na což klade důraz i bod 2.1 Vysvětlujícího  
55 memoranda<sup>9</sup>.

56 Při stanovení základní služby Úřad vycházel jak z dosavadního vývoje,  
57 tak i z předpokládaného vývoje do budoucna, a to zejména s ohledem na zastoupení  
58 jednotlivých druhů služeb na trhu, podílů a potenciálu dalšího růstu.

59 Při hodnocení zastupitelnosti vzal Úřad do úvahy rozvoj mobilních sítí 4G. Úřad rovněž  
60 zohlednil průběžné snižování významu sítí 2G, popř. 3G sítí, pro poskytování datových  
61 mobilních služeb ve sledovaném období.

62 Úřad zohlednil rovněž rozvoj dalších technologií nad rámec stávajících mobilních sítí,  
63 jako jsou např. tzv. LPWAN sítě (Internet věcí), do jejichž rozvoje investují nejen mobilní síťoví  
64 operátoři, a u kterých je prognózován razantní nárůst významu na trhu mobilních služeb již ve  
65 sledovaném období. Úřad v současné době eviduje aktivity některých subjektů na trhu  
66 elektronických komunikací (např. České radiokomunikace či Sigfox/T-Mobile), které se profilují  
67 jako poskytovatelé tzv. internetu věcí na LPWAN sítích.

68 Nicméně s ohledem na parametry těchto služeb poskytovaných na LPWAN sítích, tj.  
69 zejména na nízkou přenosovou rychlost, se Úřad v tomto dokumentu jimi dále nezabývá, i díky  
70 tomu, že nelze očekávat využití těchto sítí pro nabídku klasických služeb v mobilních sítích  
71 (hlas, SMS, přístup k internetu).

---

<sup>5</sup> Viz <https://www.ctu.cz/metodika-analyz-relevantnich-trhu>

<sup>6</sup> Pokyny Evropské komise k analýze trhu a posouzení významné tržní síly podle předpisového rámce EU pro sítě a služby elektronických komunikací (2018/C 159/01) ze dne 7. května 2018, ČJ verze.

<sup>7</sup> „Použití pojmu „relevantní trh“ předpokládá popis produktů nebo služeb, které trh tvoří, a posouzení zeměpisného rozsahu tohoto trhu a pojmy „produkty“ (resp. „výrobky“) a „služby“ jsou v tomto textu zaměnitelné. Podle bodu 7 sdělení z roku 1997 o definici trhu zahrnuje relevantní výrobní trh „všechny výrobky a/nebo služby, které jsou spotřebitelem s ohledem na jejich vlastnosti, ceny a zamýšlené použití považovány za zaměnitelné nebo zastupitelné.“

<sup>8</sup> Doporučení komise o relevantních trzích produktů a služeb v odvětví elektronických komunikací, které připadají v úvahu pro regulaci ex ante podle směrnice Evropského parlamentu a Rady 2002/21/ES o společném předpisovém rámci pro sítě a služby elektronických komunikací ze dne 9. října 2014.

<sup>9</sup> Explanatory Note, SWD (2014) 298 ze dne 9. října 2014.

72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93

Úřad rovněž sleduje současný vývoj týkající se sítí 5. generace (5G), které by měly v budoucnu fungovat souběžně se sítěmi 4G (a později je příp. nahradit). Pokud se jedná o Českou republiku, je záměrem Úřadu v druhé polovině 2019 provést výběrové řízení na udělení práv k využívání rádiových kmitočtů v pásmu 700 MHz, a případně i další pásma (především 3400 až 3600 MHz), určená pro implementaci sítí 5. generace. Záměrem Úřadu je umožnit zájemcům získání práv k využívání uceleného souboru rádiových kmitočtů z kmitočtových pásem, která jsou nebo budou evropsky harmonizována pro mobilní sítě elektronických komunikací 5. generace tak, aby bylo podpořeno významné zkvalitnění služeb poskytovaných na území České republiky prostřednictvím bezdrátových komunikačních sítí, a to jak z hlediska územní dostupnosti blížící se celoplošnému pokrytí státu, tak z hlediska garantované minimální kvality. Tímto bude zajištěna dostupnost zcela nových služeb i v oblastech mimo významná urbanistická centra a bude podpořena efektivní hospodářská soutěž v oblasti elektronických komunikací (Úřad mj. očekává, že by na trh mohl vstoupit 4. síťový operátor). Kmitočtové pásmo 700 MHz bude dle harmonogramu jeho uvolnění od zemského digitálního televizního vysílání uvolněno k 30. červnu 2020<sup>10</sup>. Výběrové řízení tedy bude připraveno tak, aby držitelé přidělů rádiových kmitočtů mohli získané rádiové kmitočty začít využívat ihned po jejich uvolnění od zemského digitálního televizního vysílání. Termín pro zahájení využívání alespoň části přidělených rádiových kmitočtů v pásmu 700 MHz bude stanoven nejpozději na 2 roky od data právní moci rozhodnutí o udělení přidělu rádiových kmitočtů (plné využití pak do 4 let). S ohledem na časové vymezení analýzy relevantního trhu se tak jedná o období již za hranicí tohoto časového vymezení.

94  
95  
96  
97  
98  
99  
100  
101

Úřad rovněž hodnotil možný dopad proběhlé aukce rádiových kmitočtů v pásmu 3600 – 3800 MHz z hlediska vlivu na trh mobilních služeb. A dospěl k závěru, že ve vazbě na časové vymezení analýzy nepředpokládá vliv (LTE) sítí v pásmu 3600 – 3800 MHz na tento trh – a to s ohledem na očekávané využití těchto sítí především pro poskytování služeb v pevném místě. Hlavními důvody je prozatím omezená dostupnost vhodných koncových zařízení (pro mobilní využití) v kombinaci s očekávaným pokrytím těchto sítí, které díky charakteristikám tohoto vysokého pásma nelze předpokládat ve srovnatelné úrovni, jako v případě stávajících mobilních sítí.

102  
103  
104

Úřad tak do věcného vymezení trhu mobilních služeb, které posuzoval v rámci T3K, zahrnul mobilní služby – tedy **mobilní hlasové volání, služby SMS a mobilní datové služby**, přičemž Úřad rozdělil trh mobilních služeb na dva segmenty:

- 105  
106
- **segment A – Mobilní tarify s daty**
  - **a segment B – Mobilní internet.**

107  
108

Při zákaznické segmentaci Úřad rovněž vycházel z provedeného T3K, v němž dospěl k závěru, že

- 109  
110  
111
- **segment A** je členěn na dvě skupiny podle typu zákazníků, a to **A1 – rezidentní zákazníci** (též označován jako „domácnosti“) a **A2 – firemní zákazníci**.

---

<sup>10</sup> Viz [Nařízení vlády č. 199/2018 Sb.](#)

112 • Na základě obdobného hodnocení **segmentu B** dospěl Úřad k stejnému  
113 členění na dvě skupiny zákazníků podobně jako u segmentu A, a to **B1 –**  
114 **rezidentní zákazníci** a **B2 – firemní zákazníci**.

115  
116 Výsledky T3K pak ukázaly, že pro **segmenty rezidentních zákazníků** byl test naplněn  
117 a tyto segmenty byly hodnoceny jako vhodné pro vymezení relevantního trhu a posouzení  
118 ex ante regulace. Z tohoto důvodu se Úřad dále v analýze zabýval **trhem mobilních služeb**  
119 **pro rezidentní zákazníky, tj. segmenty A1 a B1**.

## 120 2.1 Popis typů mobilních služeb

121 Obecně v mobilních sítích lze nabízet tři druhy služeb: **mobilní hlasové služby,**  
122 **služby SMS, a datové služby.** Datové služby pak mohou být buď plně mobilní nebo mobilní  
123 poskytované v pevném místě (tzv. fixní LTE), které jsou převážně omezeny na jedno nebo  
124 více konkrétních pevných míst. Tato druhá skupina funguje z důvodu omezené mobility  
125 a užžitných vlastností spíše jako substitut k internetu v pevné síti, jak již Úřad vyhodnotil  
126 v analýzách relevantních trhů [3a](#) a [3b](#), a proto se jimi Úřad v rámci hodnocení mobilních služeb  
127 nezabývá. SMS služby jsou na trhu nabízeny vždy společně s mobilními hlasovými službami.  
128 Na trhu se tak lze setkat se třemi variantami nabídek. Jedná se o mobilní hlasové služby  
129 společně se službou SMS, samostatné mobilní datové služby – mobilní internet, či kombinace  
130 všech výše zmíněných třech kategorií služeb – mobilní hlasové služby, služby SMS společně  
131 s datovými službami. Klasické mobilní služby tedy Úřad rozdělil do následujících kategorií:

- 132 • **Mobilní tarif bez dat**<sup>11</sup>, který obsahuje v měsíční ceně či zaplaceném kreditu  
133 mobilní hlasové služby a služby SMS,
- 134 • **Mobilní tarif s daty**<sup>12</sup>, který obsahuje v měsíční ceně či zaplaceném kreditu  
135 mobilní hlasové služby, služby SMS a internet v mobilu a
- 136 • samostatné mobilní datové služby – **Mobilní internet**.

137 Při posuzování možného zahrnutí služeb poskytovaných v mobilních sítích do věcného  
138 vymezení maloobchodního trhu mobilních služeb Úřad vychází z rozdílného využití služeb  
139 poskytovaných v mobilních sítích koncovým účastníkem, čemuž odpovídá i struktura nabídky  
140 poskytovatelů.

141 Služby zařazené do jednotlivých kategorií/skupin Úřad dále podrobil zkoumání  
142 vzájemné zastupitelnosti, zda tvoří jeden trh, nebo několik samostatných trhů.

143 Na základě provedeného testu tří kritérií, v němž se Úřad v rámci produktového  
144 vymezení relevantního trhu zabýval analýzou mobilních služeb a jejich kategorií (viz členění  
145 výše), jejich vzájemnou substituovatelností, cenovými a parametrickými podmínkami,  
146 způsobem užití a zastoupením jednotlivých kategorií (typů tarifů) na trhu, Úřad zohlednil i své  
147 obavy o dostatečnou úroveň hospodářské soutěže v segmentu spotřebitelů v nabídce  
148 mobilních datových služeb a dále v analýze trhu mobilních služeb se bude zabývat **Mobilními**

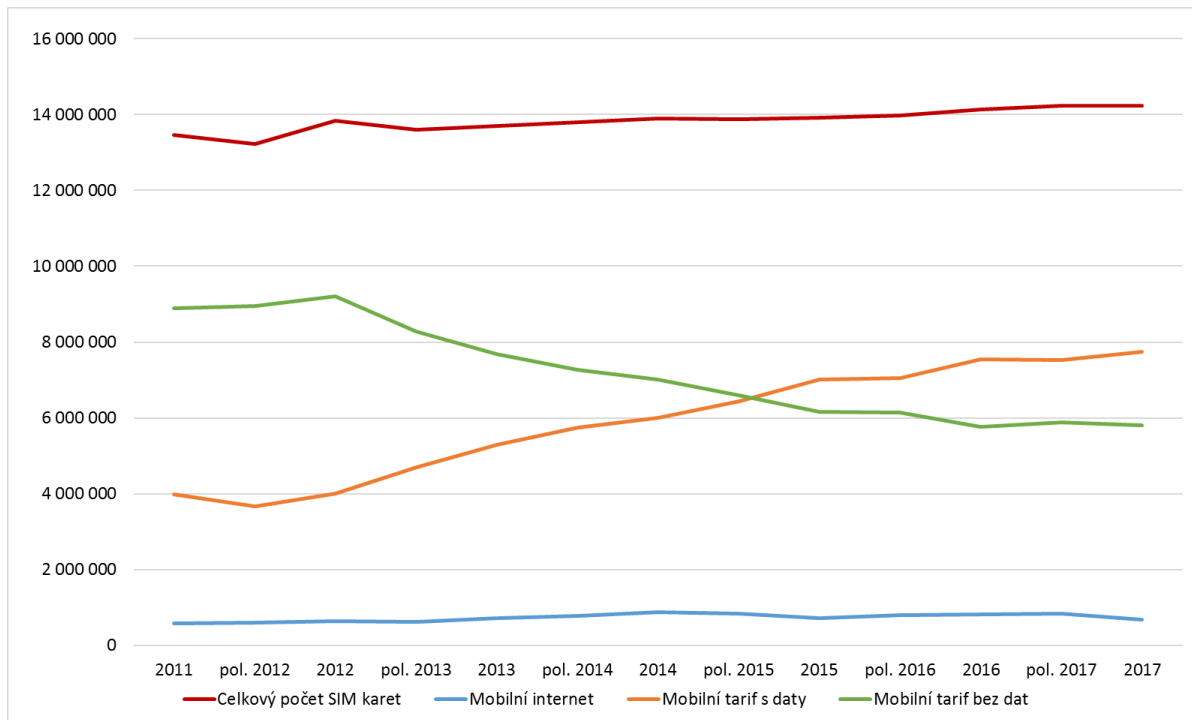
---

<sup>11</sup> Přístup k datovým službám je povolen, avšak v rámci daného tarifu nevyužíván.

<sup>12</sup> Do těchto služeb, jsou zahrnuty jak post-paid tarify, tak i pre-paid tarify, které byly použity alespoň jednou za 3 měsíce pro přístup k internetu.

149 **tarify s daty** – jakožto základní službou, kterou lze vzhledem k počtu účastníků považovat na  
150 maloobchodním trhu za dominantní, ale i nejrychleji rozvíjející se službu na základě posouzení  
151 současného i budoucího vývoje (viz Graf č. 1) a dále také **Mobilním internetem**, používaným  
152 prostřednictvím samostatných SIM karet např. v tabletech či noteboocích.

153 **Graf č. 1: Vývoj počtu SIM karet v jednotlivých kategoriích**



154

155 Zdroj: ČTÚ dle Elektronického sběru dat

156 I přesto, že Úřad analýzou navazuje na uskutečněný test tří kritérií, v rámci kterého je  
157 vymezení trhu detailně provedeno, považuje za důležité uvést některé detaily ke službám na  
158 vymezeném maloobchodním trhu i v této analýze, zejména v návaznosti na aktualizované  
159 údaje, které má Úřad k dispozici jednak ze samotného trhu (aktualizace nabídek či  
160 mezinárodní srovnání), tak rovněž z elektronického sběru dat od poskytovatelů služeb  
161 elektronických komunikací. V další části analýzy se proto Úřad ve vztahu k věcnému vymezení  
162 věnuje nad rámec zjištění uvedených v T3K zejména těmto aktualizovaným údajům.

## 163 2.2 Mobilní tarif s daty

### 164 2.2.1 Struktura nabídky služeb a jejich ceny

165 V současné době dominují hlavním nabídkám síťových operátorů, publikovaným ve  
166 svých cenících a na svých webových stránkách, hlasové tarify, které již ve své základní  
167 konfiguraci obsahují mobilní data. A to zejména po posledních velkých změnách tarifních  
168 nabídek, které proběhly ve druhém čtvrtletí roku 2017, kdy oproti předchozím tarifům došlo  
169 k patrnému navýšení obsaženého objemu mobilních dat. Za cenu okolo 800 Kč<sup>13</sup> tak lze

<sup>13</sup> Uváděné ceny jsou včetně DPH, není-li uvedeno jinak.



170 u všech tří síťových operátorů získat tarif s 24 měsíčním úvazkem, který vedle neomezeného  
171 volání a SMS poskytne uživateli v průměru 5 GB dat (u konkrétních tarifů jde o 4 až 6 GB)  
172 s tím, že u společností Vodafone Czech Republic a.s. (dále také jen „Vodafone“) a T-Mobile  
173 Czech Republic a.s. (dále také jen „T-Mobile“) existuje možnost získat bonusová data  
174 v objemu 2 GB zdarma<sup>14</sup>. Oproti předešlému období, kdy v nabídkách síťových operátorů  
175 figuroval takřka identický neomezený tarif s 1,5 GB dat za cenu 749 Kč<sup>15</sup>, tak došlo zhruba ke  
176 ztrojnásobení dostupného objemu dat při relativně malém zvýšení ceny o 50 až 100 Kč za  
177 celkový tarif.

178 Dále lze v nabídkách MNO nalézt neomezené hlasové a SMS tarify, obsahující data  
179 v objemu 8 až 10 GB. Jejich cena se pohybuje v rozmezí od 999 Kč do 1 199 Kč při dvouletém  
180 úvazku. Pro zájemce o větší objem mobilních dat jsou dostupné i neomezené hlasové a SMS  
181 tarify obsahující data v rozmezí od 16 do 20 GB. U těchto tarifů se cena aktuálně pohybuje od  
182 1 499 Kč do 1 777 Kč a dle konkrétní nabídky mohou obsahovat i další doplňkové služby,  
183 například určitý počet minut pro mezinárodní volání. Společnost T-Mobile má pak v nabídce  
184 ještě neomezený hlasový a SMS tarif s objemem 60 GB dat za cenu 2 499 Kč. Uvedené ceny  
185 platí opět pro dvouleté smlouvy.

186 V nabídce virtuálních operátorů lze rovněž nalézt tzv. neomezené hlasové a SMS tarify  
187 s daty, které by ekvivalentně (co do objemu obsažených dat) odpovídaly nabídkám síťových  
188 operátorů, jejich cena je ovšem zpravidla výrazně vyšší – viz příklady, které uvádí Graf č. 2.  
189 Výjimkou je virtuální operátor O2 Family, který nabízí tarif s neomezeným voláním a SMS a 10  
190 GB dat za cenu 949 Kč. U ostatních MVNO začínají nejnižší ceny tarifů s neomezeným  
191 voláním a SMS a alespoň zhruba 4 GB dat na částce 1 095 a dosahují až k částce 2 055 Kč<sup>16</sup>.  
192 U tarifů kalkulovaných s vyšším objemem dat<sup>17</sup> jsou ceny MVNO (opět kromě O2 Family) oproti  
193 síťovým operátorům rovněž násobně vyšší, jak vyplývá ze srovnání viz Graf č. 2. Navíc lze  
194 pozorovat, že obecně nabídka neomezeného hlasového a SMS tarifu s daty je u MVNO  
195 zastoupena pouze u malého procenta z nich.

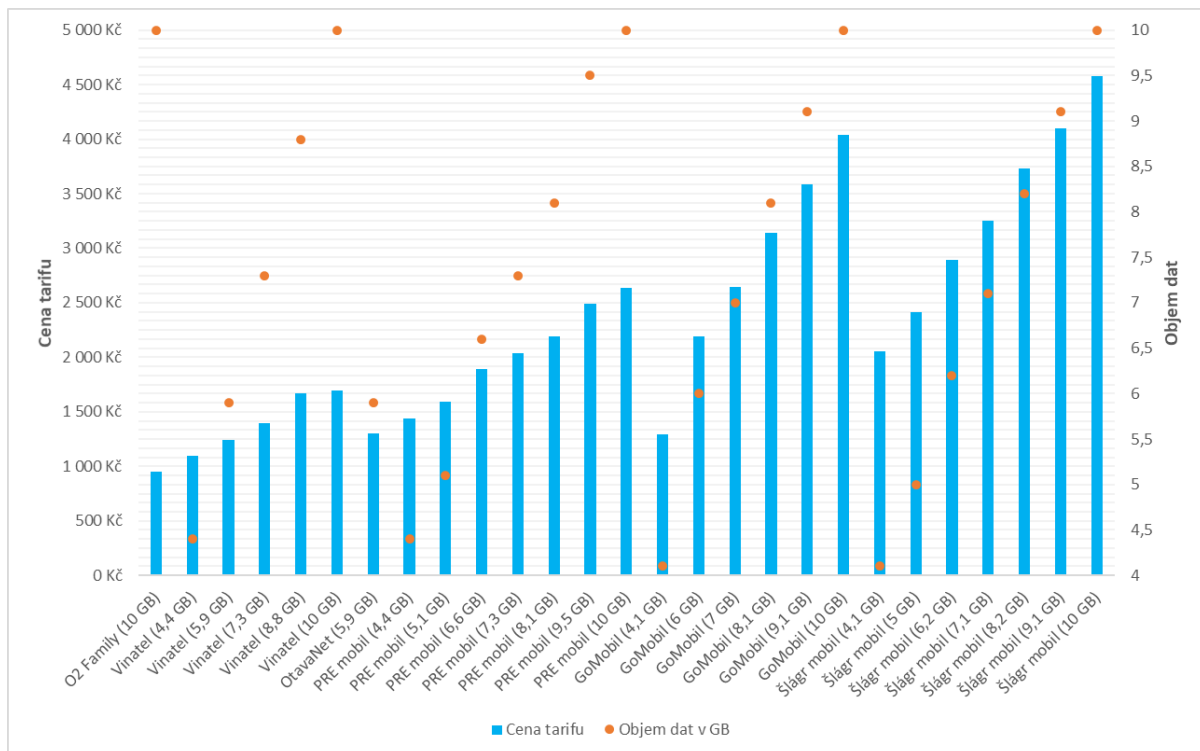
---

<sup>14</sup> U společnosti Vodafone se jedná o stálou možnost získat bonusová data v aplikaci Můj Vodafone; u společnosti T-Mobile lze získat bonusová data v rámci časově omezené nabídky při uzavření či prodloužení smlouvy prostřednictvím eshopu (v období od 3. 9. 2018 do 31. 10. 2018 viz [obchodní podmínky](#)).

<sup>15</sup> Který na trh jako první uvedla společnost O2 (dříve Telefónica) dne 11. dubna 2013, tedy v době, kdy obdobné neomezené tarify byly na trhu nabízeny za několikanásobně vyšší cenu. Ostatní konkurenční mobilní síťoví operátoři (T-Mobile a Vodafone) na tuto, v té době revoluční nabídku, reagovali během velmi krátké doby. V řádu jednotek dní připravili a uvedli na trh vlastní tarify s velmi podobnými (či dokonce stejnými) parametry a cenou.

<sup>16</sup> Podle cenového srovnání Úřadu z června 2018.

<sup>17</sup> Zde je nutné poznamenat, že virtuální operátoři zpravidla nemají pevně stanovené tarifní programy s konkrétním (vysokým) objemem dat, nýbrž k základnímu (neomezenému hlasovému a SMS) tarifu nabízejí doplňkové balíčky dat a případnou další možnost dokupu dodatečných dat po vyčerpání těchto datových balíčků. Konkrétní kalkulaci tak typicky tvoří model: základní tarif + datový balíček + eventuelně další dokup dat.

**Graf č. 2: Mobilní tarify s daty v nabídkách MVNO<sup>18</sup> (neomezené volání a SMS v ČR + 4–10 GB dat) k 18. 6. 2018**

Zdroj: ceníky mobilních operátorů

200 Vedle tzv. neomezených hlasových a SMS tarifů, jsou v současné nabídce některých  
 201 síťových a virtuálních operátorů zastoupeny rovněž tarify, u nichž je jednotkově zpoplatněno  
 202 čerpání minut a SMS (mohou eventuálně obsahovat omezený počet volných jednotek), které  
 203 obsahují větší objem mobilních dat. Tyto tarify by měly být alternativou pro zákazníky, kteří  
 204 méně volají a píšou SMS a více využívají datové přenosy. Jedná se například o tarif Mobil DATA  
 205 společnosti T-Mobile, který v rámci paušálního poplatku 499 Kč obsahuje 10 GB dat. Prakticky  
 206 identický tarif, za stejnou cenu, má ve své nabídce i společnost O2 Czech Republic a.s. (dále  
 207 také jen „O2“) pod názvem Stříbrná O2 Data, vedle něj lze u O2 získat obdobný tarif Modrá  
 208 O2 Data s 4 GB dat (349 Kč) a konečně tarif Zlatá O2 Data s 20 GB dat (799 Kč). Společnost  
 209 Vodafone v současné době tarify tohoto typu v nabídce nemá. Z virtuálních operátorů lze  
 210 jmenovat operátora SAZKA a.s., poskytujícího služby pod značkou SAZKAmobil, s tarifem  
 211 s 5 GB za 407 Kč a podobné nabídky lze nalézt i u některých dalších MVNO, celkové srovnání  
 212 těchto nabídek ukazuje Graf č. 3 a Graf č. 4. Z tohoto srovnání vyplývá, že maloobchodní ceny  
 213 (z pohledu ceny tarifu k objemu obsažených dat) MVNO jsou vyšší než je tomu u síťových  
 214 operátorů.

215 Vedle této nabídky lze u síťových operátorů uzavřít účastnickou smlouvu i na tarify,  
 216 které vedle určitého počtu minut pro volání (příp. v kombinaci s neomezeným voláním ve  
 217 vlastní síti) a SMS obsahují jen poměrně malý objem dat v řádu stovek megabytů. Tyto tarify  
 218 lze u síťových operátorů získat za cenu od necelých 300 Kč výše. Tento typ tarifů je široce

<sup>18</sup> V grafu jsou vedle nabídek MVNO zobrazeny i nabídky značkových přepravejců PRE mobil a Šlág mobil. Přehled nabídek tvoří mobilní tarify s daty – a to jak v základní podobě, tedy bez dalšího dokupu mobilních dat, tak také s dalším dokupem mobilních dat, až do celkového uvedeného objemu dat u uvedené nabídky.

219 zastoupen rovněž v nabídkách MVNO a lze říci, že ve většině případů tvoří hlavní oblast jejich  
220 působnosti. Zákazníci virtuálních operátorů si často mohou tarif sami sestavit a zvolit si  
221 příslušné množství minut, SMS a dat. Takto flexibilně sestavený tarif pak může vycházet  
222 cenově výhodněji a může lépe odrážet skutečnou potřebu (a spotřebu) konkrétního zákazníka.  
223 Například tarif se 100 volnými minutami a 500 - 600 MB lze získat u virtuálního operátora za  
224 cenu od zhruba 290 Kč (například GoMobil), kdežto u síťového operátora lze takový tarif  
225 nejlevněji pořídit za cenu okolo 350 Kč (Vodafone).

226 Úřad eviduje, že v nabídkách mobilních operátorů se do současné doby neobjevily plně  
227 neomezené Mobilní tarify s daty – tedy takové, které by obsahovaly vedle objemově  
228 neomezeného čerpání minut a SMS i neomezené čerpání dat, či alespoň takové tarify, které  
229 by se jako neomezené z hlediska obvyklého způsobu užití takto daly chápat<sup>19</sup>. A rovněž ani  
230 tarify, které by eventuálně měly zpoplatněné volání a SMS (či by zahrnovaly jen omezený  
231 počet těchto volných jednotek), avšak obsahovaly by neomezené čerpání dat. A to i přesto, že  
232 v zahraničí, včetně některých sousedních zemí České republiky, lze trend přechodu k tarifům  
233 tohoto typu (tj. tarifům s fakticky neomezeným čerpáním dat) sledovat již několik let<sup>20</sup>. Jako  
234 jeden z posledních příkladů lze uvést Německo, kde operátor Telekom Deutschland představil  
235 plně neomezený tarif [MagentaMobil XL](#)<sup>21</sup> v březnu 2018. Síťoví operátoři v České republice se  
236 však podle svých veřejně dostupných vyjádření (ať už ze strany představitelů MNO či své  
237 asociace – APMS<sup>22</sup>), která Úřad zaregistroval, k tomuto kroku nechystají.

---

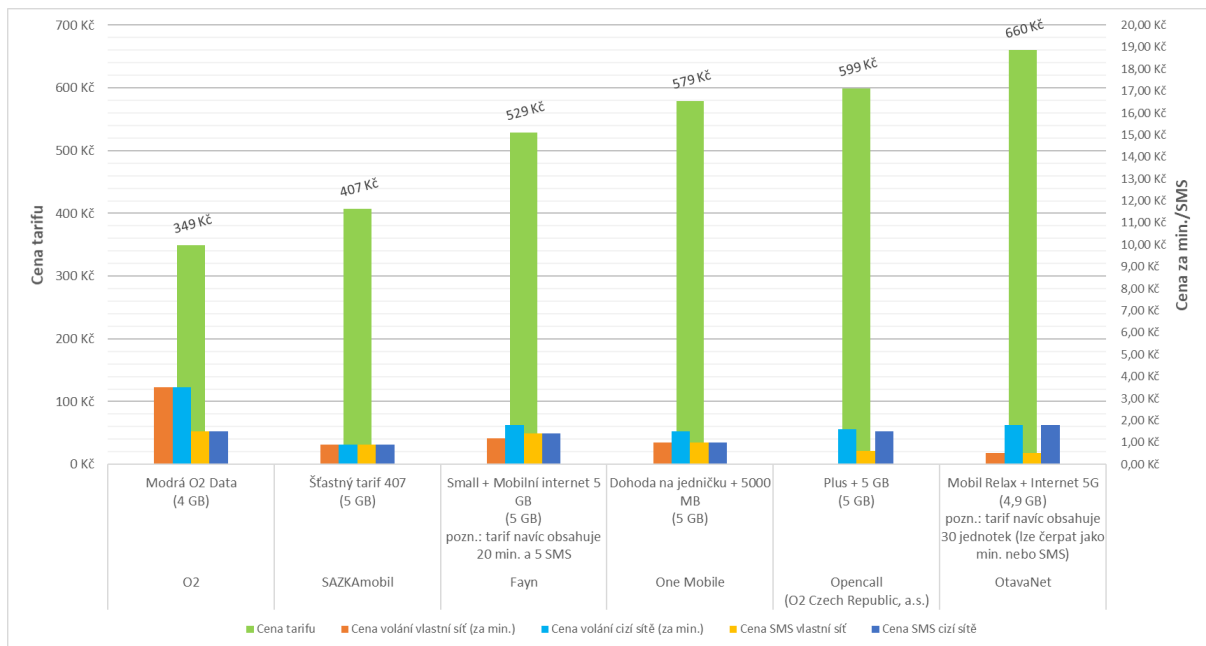
<sup>19</sup> Tj. takové tarify, které by obsahovaly objem dat v řádu stovek GB a neomezovaly by tak ani velmi náročné uživatele v jejich spotřebě.

<sup>20</sup> Například dle [zprávy za první pololetí 2018](#) společnosti [Rewheel](#) lze neomezená 4G data (fakticky minimálně 200 GB) získat za cenu nejvýše 30 € (tedy zhruba 780 Kč při směnném kurzu 26 Kč/Eur) v 10 zemích EU/OECD a v dalších 6 zemích EU/OECD lze za tuto cenu získat objem dat ve výši 100 – 120 GB. Dle této zprávy lze v polovině zemí EU získat za cenu 30 € 100 a více GB dat pro použití ve smartphonech.

<sup>21</sup> Cena tohoto tarifu je 79,95 € (tedy zhruba 2 080 Kč při směnném kurzu 26 Kč/Eur). Pro srovnání lze uvést, že český T-Mobile nabízí za vyšší cenu 2 499 Kč neomezený hlasový a SMS tarif s 60 GB dat.

<sup>22</sup> Asociace provozovatelů mobilních sítí – [www.apms.cz](http://www.apms.cz)

238 **Graf č. 3: Srovnání omezených mobilních tarifů s objemem dat 4 - 5 GB k 13. 6. 2018**

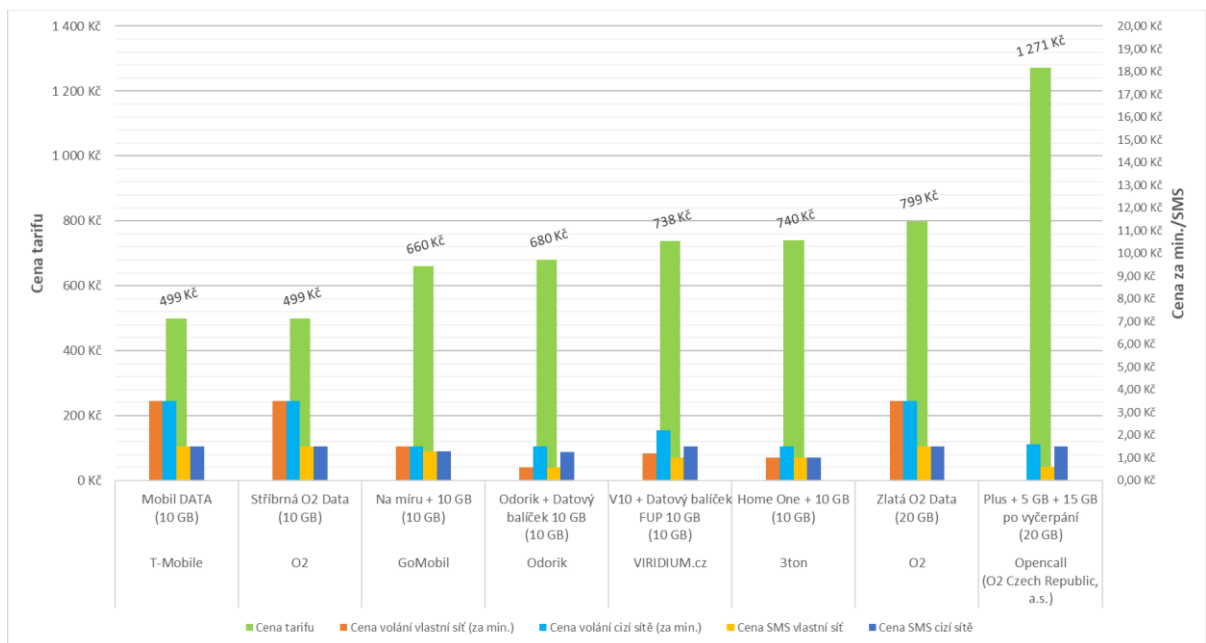


239

240 Zdroj: ceníky mobilních operátorů

241 **Graf č. 4: Srovnání omezených mobilních tarifů s objemem dat 10 a 20 GB k 13. 6. 2018**

242



243

244 Zdroj: ceníky mobilních operátorů

245 U předplacených karet lze při srovnání základních ceníků konstatovat, že volání a SMS  
 246 poskytují cenově výhodněji virtuální operátoři. Jejich ceny se obvykle pohybují od 1,49 do  
 247 2,50 Kč za minutu hovoru, a ceny SMS od 1,00 do 1,99 Kč. Pro srovnání, ceny na  
 248 předplacených kartách u síťových operátorů jsou 3,50 až 6,70 Kč za minutu volání a 1,90 až  
 249 2,60 Kč za odeslání SMS. Vedle těchto základních cen na svých primárních značkách ovšem  
 250 síťoví operátoři poskytují pre-paid služby i pod dalšími vlastními značkami – např. Kaktus

251 (T-Mobile) nebo Oskarta (Vodafone) – a u nich je cenová hladina nastavena obdobně jako  
252 u pre-paid služeb virtuálních operátorů, tj. minuta hovoru vyjde na 2,00 až 2,50 Kč za minutu  
253 a SMS na 1,50 Kč. Co se týče datových balíčků, nejsou na pre-paid SIM kartách nabízeny za  
254 zásadně odlišných cenových podmínek – u síťových operátorů vychází 1 GB dat v balíčcích  
255 průměrně zhruba na 170 Kč u MVNO pak průměrně na necelých 200 Kč. Konkrétní nabídky  
256 se samozřejmě liší a lze tak nalézt i srovnání, kdy síťový operátor (Vodafone) nabízí balíček  
257 s 3 GB dat (a neomezenými SMS ve vlastní síti) za 349 Kč a oproti tomu u virtuálního  
258 operátora (Odrík) stojí 1 GB dat 220 Kč. K uvedeným cenám je nutné uvést, že nad jejich  
259 rámec mohou jednotliví operátoři – síťoví i virtuální – své nabídky zvýhodňovat např.  
260 bonusovými službami navíc či bonusovým kreditem navíc při dobití určité částky či  
261 preferovaným dobíjecím kanálem. Výsledné přepočtené jednotkové ceny tak mohou vycházet  
262 oproti ceníkům pro zákazníky výhodněji.

263 V druhé polovině roku 2017 se v nabídkách síťových operátorů T-Mobile a Vodafone  
264 nově objevily také speciální datové balíčky **StreamOn**<sup>23</sup> a **Vodafone Pass**<sup>24</sup> pro neomezenou  
265 spotřebu hudby, videa, obsahu sociálních sítí, případně komunikace prostřednictvím OTT  
266 komunikačních kanálů. Jejich ceny se pohybují od 99 do 299 Kč. Patrně v reakci na výše  
267 uvedené nabídky konkurence, nabízí společnost O2 od června 2018 ke stávajícím paušálním  
268 hlasovým tarifům s daty (minimálně 1,5 GB a více) v pilotním provozu doplňkový datový  
269 balíček **Nekonečná data**<sup>25</sup>, který umožňuje po vyčerpání datového limitu obsaženého v tarifu,  
270 čerpat objemově neomezené množství dat, ovšem již se značně omezenými rychlostmi  
271 (1 Mb/s pro stahování dat a 250 kb/s pro odesílání dat). Úřadu není známo, že by některý  
272 z virtuálních operátorů uvedl na trh obdobné nabídky speciálních datových balíčků tohoto typu.

273 V Tab. č. 1 Úřad uvádí aktuální<sup>26</sup> zastoupení těchto speciálních datových balíčků  
274 v segmentu rezidentních zákazníků využívajících Mobilní tarify s daty. Jejich zastoupení lze  
275 prozatím hodnotit jako relativně malé. Význam těchto speciálních datových balíčků může  
276 v budoucnu vzrůst, zejména pokud je budou sami operátoři více propagovat.

---

<sup>23</sup> <https://www.t-mobile.cz/streamon>

<sup>24</sup> <https://www.vodafone.cz/osobni/volani/vodafone-pass>

<sup>25</sup> <https://www.o2.cz/osobni/podminky-nekonecno-dat/>

<sup>26</sup> K srpnu, resp. září 2018.

277 **Tab. č. 1: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Aktuální zastoupení datových balíčků typu**  
 278 **Vodafone Pass, StreamOn a Nekonečná data v segmentu rezidentních**  
 279 **zákazníků využívajících Mobilní tarify s daty**

	Speciální datové balíčky
O2	
Vodafone	
T-Mobile	
<b>Celkem</b>	<b>1,12%</b>

280

281 Zdroj: ČTÚ na základě vyžádaných dat od O2, Vodafone a T-Mobile

## 282 2.2.2 Struktura a vývoj poptávky

283 Dostupnosti nových datových sítí odpovídá i vývoj počtu Mobilních tarifů s daty na  
 284 maloobchodním trhu a zvyšující se penetrace Mobilních tarifů s daty na celkovém počtu SIM  
 285 karet. Z údajů, které má Úřad k dispozici, vyplývá, že od poloviny roku 2012 dochází jak  
 286 k mírnému růstu penetrace obyvatel ČR aktivními SIM kartami (z hlediska jejich celkového  
 287 počtu), tak za celoroční období k růstu penetrace SIM kartami s Mobilními tarify s daty, jak  
 288 dokazuje Tab. č. 2.

289 **Tab. č. 2: Přehled penetrace Mobilních tarifů s daty**

	2011	2Q 2012	2012	2Q 2013	2013	2Q 2014	2014	2Q 2015	2015	2Q 2016	2016	2Q 2017	2017
<b>Penetrace obyvatel ČR SIM kartami</b>	128 %	126 %	132 %	129 %	131 %	131 %	132 %	132 %	133 %	135 %	135 %	136%	137 %
<b>Penetrace obyvatel ČR Mobilními tarify s daty</b>	38%	35%	38%	45%	50%	55%	60%	62%	66%	67%	71%	71%	73%

290 Zdroj: ČTÚ dle ESD; počet obyvatel dle Českého statistického úřadu

291 Ve sledovaném období očekává Úřad v České republice růstový trend využívání  
 292 Mobilních tarifů s daty spolu se zvyšováním penetrace smartphonů i v následujících letech,  
 293 a to z důvodu klesající jednotkové ceny za služby mobilního přístupu (cena za 1 MB, resp.  
 294 1 GB přenesených dat), rozšiřování a vylepšování mobilních sítí, zvyšování jejich kapacity  
 295 a rychlosti přenosu dat na straně nabídky. Zlepšení parametrů mobilních sítí je předpokládáno  
 296 s dalším rozvojem LTE sítí, mimo jiné i ve vyšších kmitočtech, což umožní zkvalitnění signálu  
 297 zejména v městských aglomeracích a zvýšení kapacitních možností mobilních sítí. V ČR  
 298 proběhla v roce 2016 aukce takovýchto kmitočtů pro sítě LTE, konkrétně v pásmech 1 800  
 299 a 2 600 MHz. V období od března do července 2017 proběhla další aukce, a to kmitočtů  
 300 v pásmu 3 600 - 3 800 MHz vhodných pro poskytování bezdrátového vysokorychlostního  
 301 přístupu k internetu, a pro budoucí rozvoj sítí 5G. Navýšení kapacity datové sítě (zejm. 5.  
 302 generace) a rychlostí u mobilních datových služeb tak může být jeden z rozhodujících  
 303 podnětů dalšího rozvoje Mobilních tarifů s daty.

304 Na straně poptávky registruje Úřad zvyšující se zastoupení smartphonů a mobilních  
305 aplikací (zejména aplikací pro příjem multimediálních služeb, sdílení a zálohování dat), pro  
306 jejichž plnohodnotné fungování potřebují uživatelé datové připojení. Zdokonalování užitečných  
307 vlastností smartphonů může být klíčové pro stírání rozdílů oproti jiným mobilním koncovým  
308 zařízením (především tabletům) a vést k jejich přednostnímu využívání. Pro uživatele  
309 je komfortnější širší využití jednoho zařízení než několika zařízení specifických. Toto  
310 podporuje i zpráva<sup>27</sup> společnosti Cisco, kde se předpokládá ve výhledu do roku 2020 nárůst  
311 smartphonů v celosvětovém měřítku. Na celkovém počtu mobilních koncových zařízení tak  
312 smartphony v roce 2016 celosvětově tvořily 38% podíl. Studie společnosti Cisco předpokládá,  
313 že smartphony budou celosvětově tvořit v roce 2021 cca 43 % trhu mobilních koncových  
314 zařízení. Z hlediska rozvoje mobilních dat pak přisuzuje studie společnosti Cisco  
315 smartphonům jednoznačně rozhodující roli. Spotřeba mobilních dat prostřednictvím  
316 smartphonů, která činila v roce 2015 81 % celkové spotřeby dat v mobilních sítích, vzroste dle  
317 této studie na cca 86 % v roce 2020. Asociace GSMA dokonce ve své poslední zprávě  
318 z června 2018<sup>28</sup> predikuje celosvětovou penetraci smartphony v roce 2021 na hodnotu 77 %  
319 a v roce 2022 již dokonce 81 % (viz Obr. č. 1). Pokud se jedná o Českou republiku, podle  
320 studie<sup>29</sup> společnosti GfK Smartavir z května 2018 používá chytrý telefon již 70 % obyvatel ČR  
321 starších 15 let a například operátor O2 ve své tiskové zprávě<sup>30</sup> z července 2018 uvádí, že „*Již  
322 dvě třetiny telefonů v síti O2 spadá do kategorie chytrých zařízení, 51 % podporuje technologii  
323 4G LTE. Z těch, kteří vlastní chytrý LTE telefon, má 91 % také vyměněnou SIM kartu za novou,  
324 která tuto technologii podporuje.*“. Rovněž společnost Google ve své studii<sup>31</sup> uvádí, že 58 %  
325 (rok 2016), resp. 65 % (rok 2017) obyvatel ČR používá smartphone (viz Obr. č. 2), a dále, že  
326 26 % (rok 2016), resp. 29 % (rok 2017) používá tablet. Z uvedených hodnot je tedy zřejmé, že  
327 různé zdroje se shodují na hodnotě 60 – 70 % penetrace chytrými telefony u uživatelů v České  
328 republice.

---

<sup>27</sup> Cisco VNI Mobile, 2016

<sup>28</sup> GSMA: [The Data Value Chain](#), 06/2018

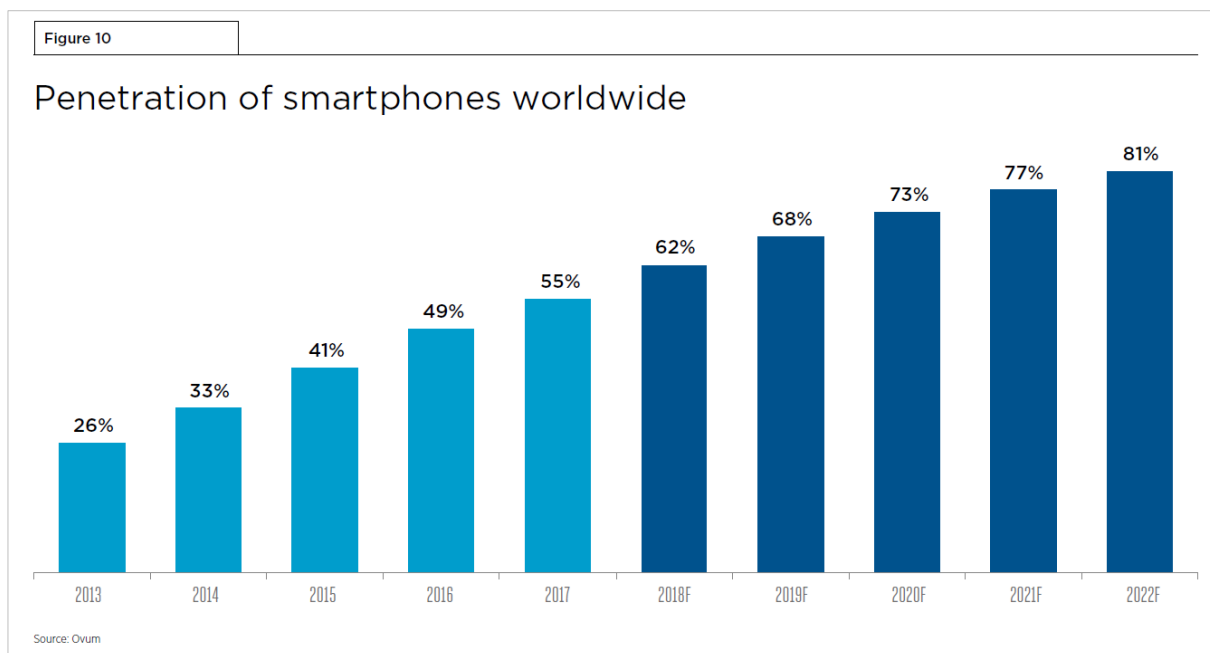
<sup>29</sup> <https://www.gfk.com/cz/insights/press-release/temer-kazdy-paty-clovek-ktery-provadi-financni-transakce-na-svem-chytre-telefonu-nema-pristroj-zabe/>

<sup>30</sup> <https://www.o2.cz/spolecnost/tiskove-centrum/605842->

[O2 hlasi uspesne prvni pololeti Pomohly rodinne balicky i televizni prava na nejlepsi sportovni zapasy.html](#)

<sup>31</sup> <http://googlepresscz.blogspot.com/2017/02/studie-googlu-pocet-cechu-pripojenych-k.html>

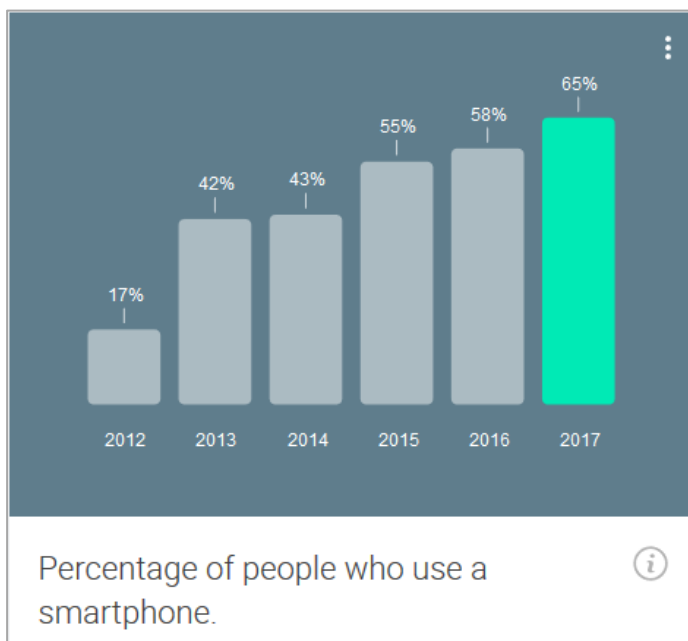
329 **Obr. č. 1: Vývoj celosvětové penetrace chytrými telefony**



330

331 Zdroj: GSMA: The Data Value Chain, 06/2018

332 **Obr. č. 2: Vývoj uživatelů chytrých telefonů v ČR dle společnosti Google**



333

334 Zdroj: Studie společnosti [Google, 2017](#)

335 **2.2.3 Mezinárodní srovnání**

336 Mezinárodní srovnání cenové úrovně mobilních služeb dokládá Úřad níže uvedeným  
337 přehledem (viz Tab. č. 3 a související Graf č. 5), ve kterém ukazuje pozici České republiky  
338 mezi 35 zeměmi OECD. A to v jednotlivých úrovních spotřeby (spotřebních koších) za období  
339 posledních 6 let.

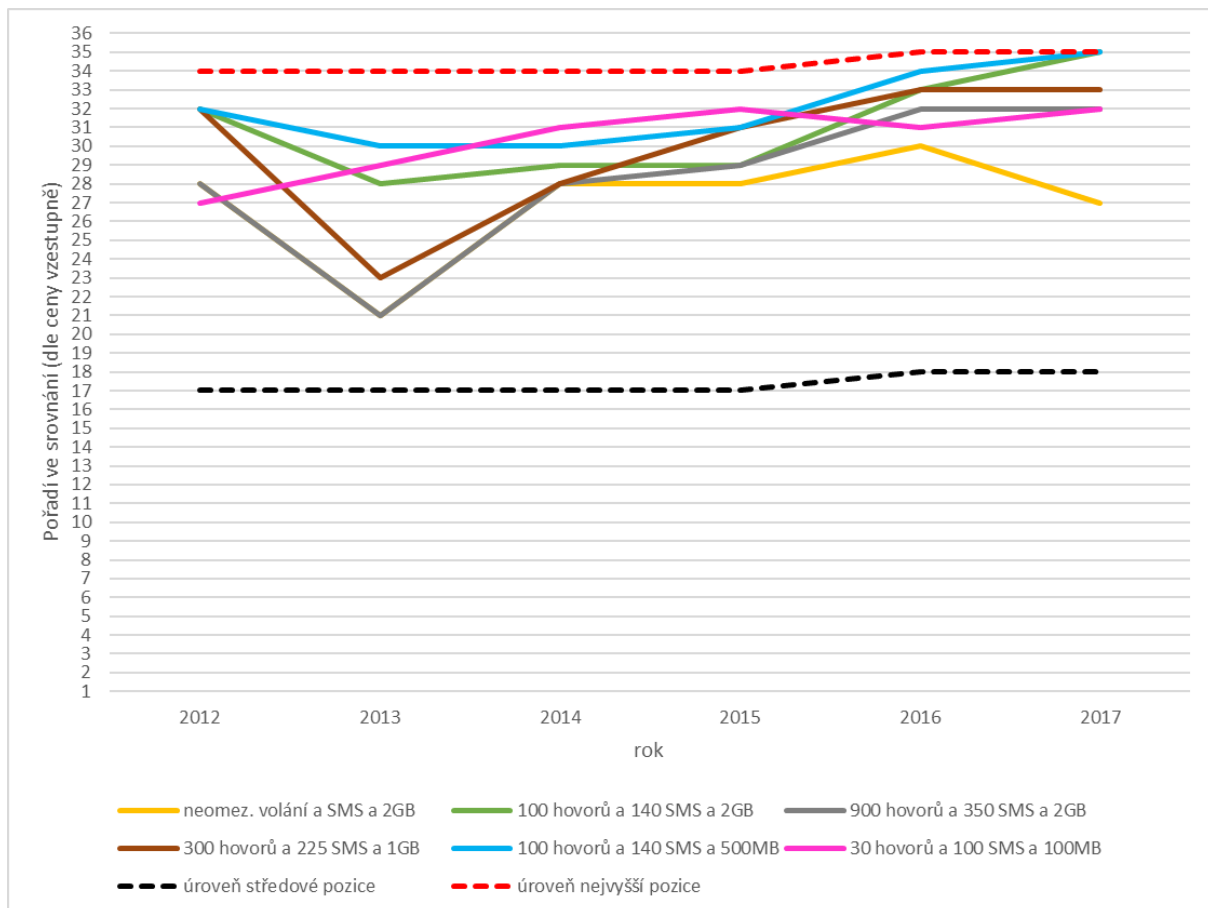


340 **Tab. č. 3: Pozice České republiky<sup>32</sup> ve srovnání s ostatními zeměmi (dle jednotlivých**  
 341 **spotřebních košů, PPP)**

(ceny s DPH, PPP)	2012	2013	2014	2015	2016	2017
neomezené volání a SMS a 2GB	28	21	28	28	30	27
neomezené volání a 350 SMS a 2GB	29	21	28	28	32	28
100 hovorů a 140 SMS a 2GB	32	28	29	29	33	35
900 hovorů a 350 SMS a 2GB	28	21	28	29	32	32
300 hovorů a 225 SMS a 1GB	32	23	28	31	33	33
100 hovorů a 140 SMS a 500MB	32	30	30	31	34	35
30 hovorů a 100 SMS a 100MB	27	29	31	32	31	32
Počet srovnávaných zemí	34	34	34	34	35	35

342  
 343 Zdroj: Strategy Analytics

344 **Graf č. 5: Pozice České republiky ve srovnání s ostatními zeměmi (dle jednotlivých**  
 345 **spotřebních košů, PPP)**



346  
 347 Zdroj: Strategy Analytics (Teligen)

348 Z Tab. č. 3 je patrné, že Česká republika patřila ve většině sledovaných případů (tj.  
 349 v 86 %) v průběhu sledovaného období mezi 10 až 20 % nejdražších zemí srovnávaného

<sup>32</sup> Jedná se vždy o síťového operátora v ČR s nejnižší cenou.

350 vzorku. A i v ostatních sledovaných případech (tj. ve zbylých 14 %) se vždy pohybuje mezi 21  
351 až 38 % zemí s nejvyšší cenou. Z průběhu křivek viz Graf č. 5 zobrazujících vývoj ČR  
352 v jednotlivých spotřebních koších je navíc zřejmé, že až na dílčí výjimku v roce 2013, kdy byly  
353 v ČR zavedeny neomezené hlasové a SMS tarify s 1,5 GB dat za cenu zhruba 750 Kč, se  
354 dlouhodobě pozice České republiky nezlepšuje. A ačkoliv i v České republice dochází  
355 v průběhu času k poklesu cen za volání, SMS a datové služby, je na základě srovnání veřejně  
356 dostupných ceníků evidentní, že v ostatních zemích OECD probíhá pokles maloobchodních  
357 cen výrazně rychleji. Popsaná pozice České republiky mezi zeměmi OECD tak koresponduje  
358 i s hodnocením České republiky ze strany Evropské komise, kdy je na základě srovnávaných  
359 dat (k únoru, resp. červenci 2017) spolu s Řeckem, Kypru a Maďarskem zařazena do  
360 skupiny nejdražších zemí EU<sup>33</sup>.

## 361 **2.3 Mobilní internet**

### 362 **2.3.1 Struktura nabídky služeb a jejich ceny**

363 Mobilní internet v současné době nabízejí všichni síťoví mobilní operátoři v ČR (MNO)  
364 prostřednictvím 2G, 3G a 4G sítí. Na trhu existují také nabídky MVNO, kteří nabízejí své služby  
365 rovněž prostřednictvím 2G, 3G a 4G sítí. Pokrytí obyvatelstva ČR u 3G sítí k 31. prosinci 2017  
366 bylo 82,8 %<sup>34</sup>, u LTE sítí 99,8 %. Z pohledu územní dostupnosti je rozdíl mezi 3G a 4G sítěmi  
367 ještě markantnější. Pokrytí území ČR u 3G sítí ke konci roku 2017 bylo pouze 38,3 %<sup>35</sup>  
368 a u LTE sítí 96,5 %. Zatímco LTE sítě dosahují téměř celonárodního pokrytí, pokrytí 3G sítí je  
369 v ČR značně omezené, což může být eventuálně limitující pro ty MVNO, kteří si ve svých  
370 komerčních smlouvách nesjednali s příslušným MNO/MVNE zpřístupnění LTE sítě, i přes  
371 skutečnost, že velkoobchodně, na komerční bázi, poskytují mobilní datové služby  
372 prostřednictvím LTE sítě všichni síťoví operátoři. Většina MVNO však již v současné době  
373 nabízí služby mobilního internetu rovněž prostřednictvím sítí LTE. Referenční nabídky<sup>36</sup> pro  
374 tzv. „full MVNO“<sup>37</sup>, které byly na trh uvedeny všemi třemi síťovými operátory, kteří získali  
375 kmitočtové přiděly v pásmech 800 MHz, 1 800 MHz a 2 600 MHz (pro LTE sítě) na základě  
376 podmínek aukce (vyhlášené v roce 2013) na tyto kmitočty, nejsou v současné době využívány  
377 od žádného z nich.

---

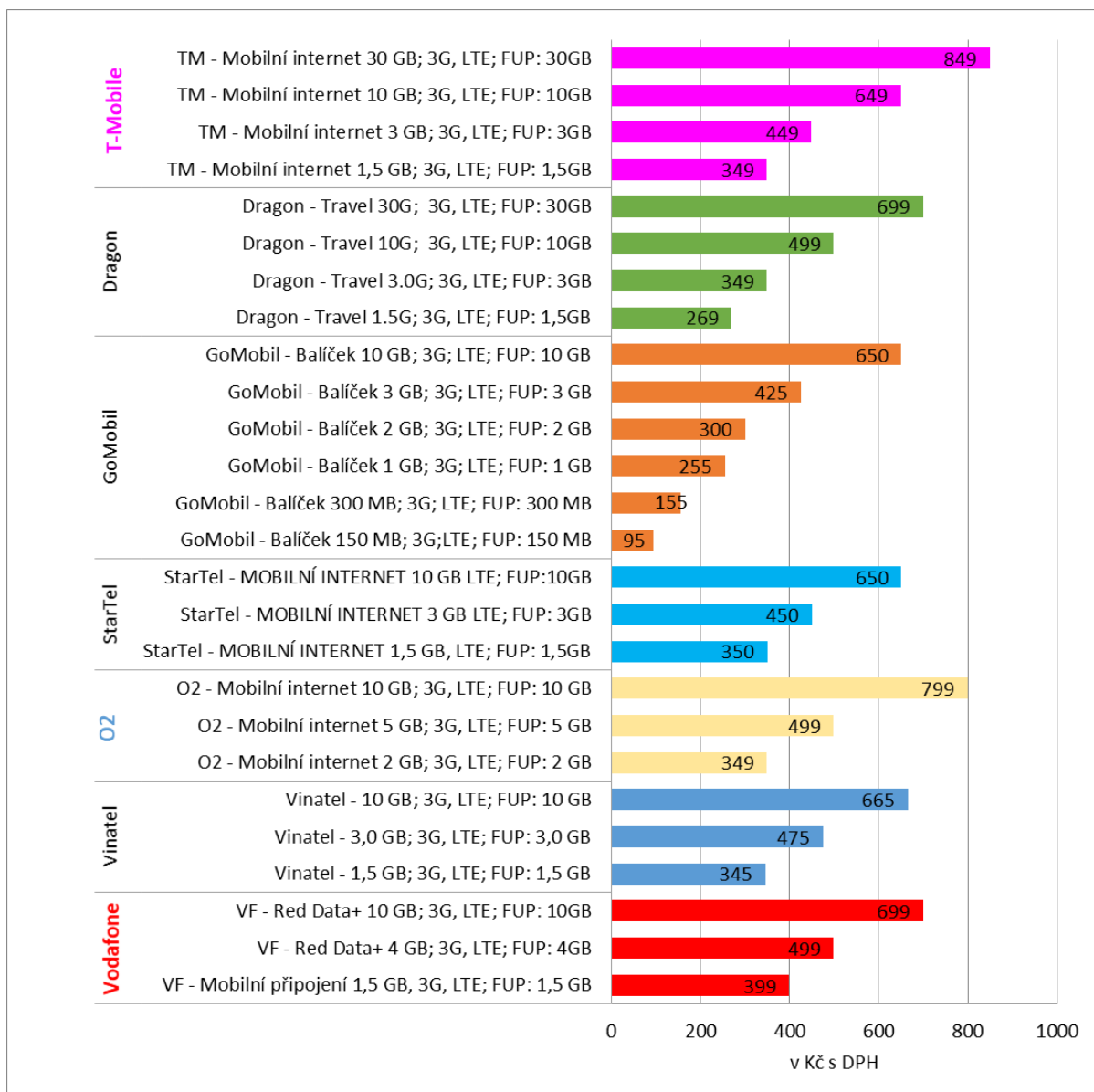
<sup>33</sup> [Mobile Broadband Prices in Europe 2017](#)

<sup>34</sup> U společnosti O2 činilo k 31. prosinci 2017 pokrytí obyvatelstva ČR sítěmi 3G 80,9 %, u společnosti T-Mobile 80,7 % a u společnosti Vodafone 65,3 %.

<sup>35</sup> U společnosti O2 činilo k 31. prosinci 2017 pokrytí území ČR sítěmi 3G 35,1 %, u společnosti T-Mobile 35,0 % a u společnosti Vodafone 14,3 %.

<sup>36</sup> Spolu s referenčními nabídkami byla Úřadem současně stanovena také povinnost síťových operátorů jednat s každým zájemcem – tedy i v podobě jiné formy MVNO než plnohodnotného (full) MVNO – o jeho požadavku na přístup.

<sup>37</sup> Full (plnohodnotný) MVNO zpravidla využívá jen rádiovou přístupovou síť hostitelského síťového operátora a vše ostatní – od vlastní síťové infrastruktury, přes nabídku vlastních služeb, management SIM karet, využívání vlastního systému pro vyúčtování služeb, až po možnost vyjednat si vlastní roamingové smlouvy a smlouvy o připojení – má pod svou kontrolou a ve své režii. Tento fakt mu umožňuje hostitelského síťového operátora relativně snadno změnit bez negativních uživatelských dopadů na zákazníky (z hlediska funkčnosti a parametrů služeb) a jeho vyjednávací síla na velkoobchodním trhu by tak měla být vyšší.



379

380

Zdroj: ceníky vybraných poskytovatelů

381 Jak Úřad dokumentuje ve výše uvedeném grafu (Graf č. 6), MNO i MVNO využívají pro  
 382 poskytování služeb Mobilního internetu sítě 3G i 4G, stejně jako je tomu u Mobilních tarifů  
 383 s daty. Přičemž dle informací dostupných Úřadu umožňují velkoobchodní nabídky MNO  
 384 poskytovat virtuálním operátorům přenosovou rychlost v sítích LTE v rozmezí maximálně 15-  
 385 40 Mbit/s pro download – v návaznosti na podmínky konkrétního velkoobchodního partnera.  
 386 Dle hodnocení Úřadu, jak dále konstatuje i v kapitole 7.1.1, uvedené maximální přenosové  
 387 rychlosti u MVNO (tedy do 40 Mbit/s pro download), z uživatelského hlediska neposkytují  
 388 zákazníkům MVNO horší kvalitu připojení, než na kterou jsou zvyklí v pevných sítích (u kterých  
 389 je obecně očekáváno kvalitnější připojení oproti mobilním sítím). Tudiž nelze předmětnou  
 390 rychlost připojení k internetu v sítích LTE ve velkoobchodních nabídkách MNO vnímat jako  
 391 takový parametr, který by byl klíčový pro rozvoj soutěžního chování na trhu mobilních služeb.

392

393

Do srovnání byli zařazeni všichni MNO spolu s vybranými MVNO, kteří služby  
 Mobilního internetu na trhu nabízejí. Výše ceny se odvíjí od obsaženého objemu dat (FUP

394 limitu) v daném tarifu. U tarifů obsahujících 1-2 GB se cena u jednotlivých poskytovatelů  
395 datových služeb pohybuje v rozmezí 255 až 399 Kč, u tarifů s objemem dat ve výši 3-5 GB je  
396 pak cena 349 až 499 Kč a konečně u tarifů s datovým objemem 10 GB se cena pohybuje od  
397 499 do 799 Kč. Na trhu lze rovněž nalézt nabídky s relativně malým objemem dat pro mobilní  
398 internet ve výši 150 až 600 MB za cenu od 95 do 195 Kč. A také nabídky tarifu s vyšší hodnotou  
399 30 GB za cenu 699 až 849 Kč. Co se týče nabídek Mobilního internetu ze strany MVNO,  
400 nabízejí tito poskytovatelé srovnatelné FUP limity za obdobné ceny jako MNO. Při porovnání  
401 hodnot obsažených objemů dat v Mobilních tarifech s daty a v tarifech Mobilního internetu lze  
402 sledovat tendenci ke sblížení FUP limitů v obou typech tarifů, respektive k přibližování těchto  
403 hodnot v Mobilních tarifech s daty k hodnotám v tarifech Mobilního internetu.

### 404 **2.3.2 Struktura a vývoj poptávky**

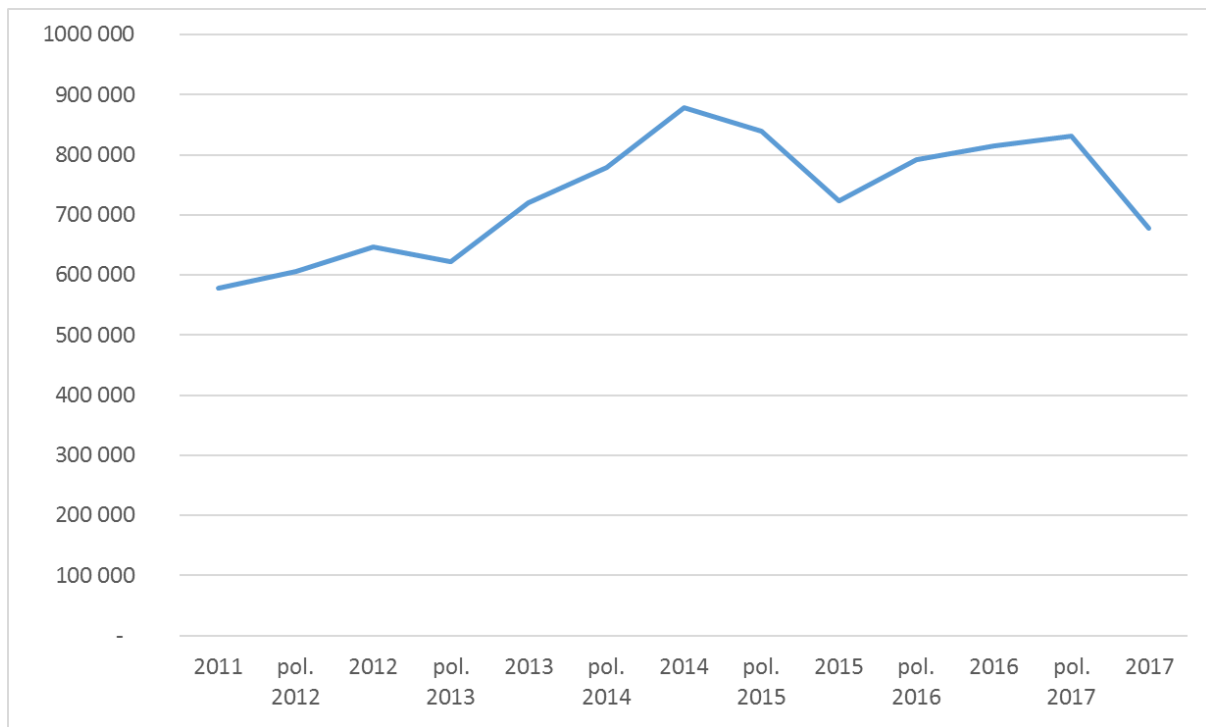
405 Počet SIM karet s Mobilním internetem sice tvoří jen malou část trhu ve srovnání  
406 s celkovým počtem SIM karet na mobilním trhu, jak je patrné z grafu (Graf č. 1), avšak při  
407 porovnání s počty přístupů v pevném místě v rozdělení dle jednotlivých technologií vykazovaly  
408 tyto přístupy do roku 2014 nejrychleji rostoucí počet širokopásmových přístupů k internetu  
409 i tržní podíl.

410 Po období počátečního růstu od roku 2011 lze na vývoji od roku 2014 pozorovat, že  
411 dochází ke střídání období růstu a poklesu ve využívání této služby, kdy se dle názoru Úřadu  
412 část uživatelů přesouvá mezi touto službou a Mobilním internetem na doma<sup>38</sup>, eventuálně  
413 Mobilními tarify s daty. Za celé sledované období se tak počet přístupů k internetu  
414 prostřednictvím služby Mobilního internetu pohyboval od necelých 600 do necelých 900 tisíc.  
415 Ke konci roku 2017 bylo zaznamenáno 677 tisíc těchto přístupů.

---

<sup>38</sup> Služby přístupu k internetu v mobilní síti poskytované v pevném místě (tzv. fixní LTE), které buď jsou nebo nejsou omezeny na jedno konkrétní pevné místo.

416 **Graf č. 7: Vývoj počtu přístupů prostřednictvím služby Mobilní internet**



417  
418

Zdroj: ČTÚ dle ESD

419 Z údajů, které má Úřad k dispozici, vyplývá, že od poloviny roku 2012 dochází  
420 jak k mírnému růstu celkového počtu aktivních SIM karet, tak i k růstu počtu SIM karet,  
421 které využívají služeb Mobilního internetu (viz Graf č. 1). Navzdory tomu, že nedochází  
422 k takovému růstu penetrace služeb Mobilního internetu na obyvatele ČR jako u Mobilních tarifů  
423 s daty, došlo od konce roku 2011 do konce roku 2017 k nárůstu počtu přístupů  
424 (Mobilního internetu) o necelých 18 %. Tento růstový trend dle přesvědčení Úřadu souvisel,  
425 obdobně jako je tomu u služeb Internetu v mobilu, s rozvojem disponibility (pokrytí) sítí LTE,  
426 které umožňují dosahovat vyšších přenosových rychlostí, než jak tomu je u sítí 2G a 3G,  
427 a s rozvojem vhodných koncových zařízení.

428 **Tab. č. 4: Přehled penetrace SIM karet a služeb Mobilní internet na obyvatele ČR**

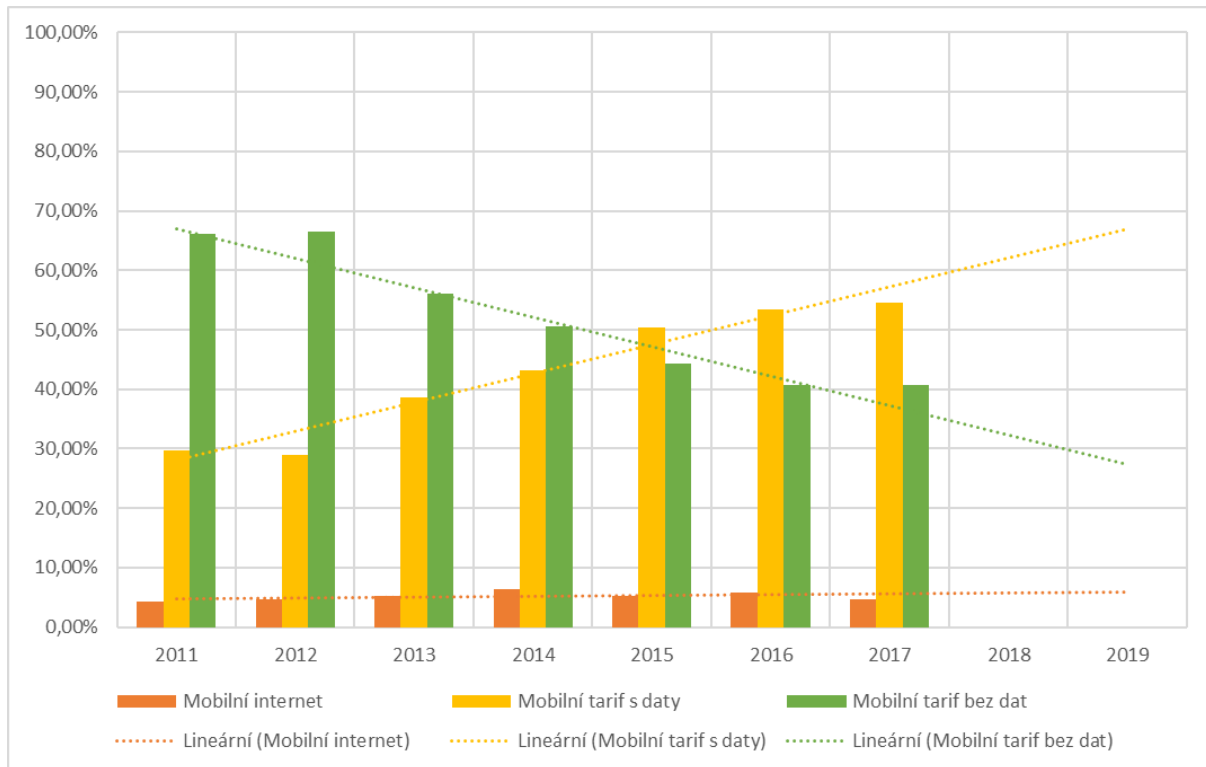
	2011	2Q 2012	2012	2Q 2013	2013	2Q 2014	2014	2Q 2015	2015	2Q 2016	2016	2Q 2017	2017
<b>Penetrace obyvatel ČR SIM kartami</b>	128%	126%	132%	129%	131%	131%	132%	132%	133%	135%	135%	136%	137%
<b>Penetrace obyvatel ČR službou Mobilní internet</b>	6%	6%	6%	6%	7%	7%	8%	8%	7%	8%	8%	8%	6%

429 Zdroj: ČTÚ dle ESD; počet obyvatel dle Českého statistického úřadu

430 Z hlediska zastoupení jednotlivých typů tarifů Úřad očekává, že pokud nedojde  
431 v nabídkách mobilních operátorů k nějakým zásadním změnám (např. cen či parametrů

432 služeb), které by mohly mít dopad na poptávku zákazníků, měl by se trh mobilních služeb  
433 vyvíjet lineárně, jak naznačuje Graf č. 8.

434 **Graf č. 8: Vývoj podílu Mobilního internetu na celkovém počtu SIM karet ve srovnání**  
435 **s ostatními typy tarifů (Mobilní tarify s daty, Mobilní tarify bez dat)**



436

437 Zdroj: ČTÚ dle ESD

## 438 2.4 Neveřejné, rodinné a studentské nabídky na maloobchodním trhu

439 K výše uvedenému hodnocení maloobchodních cen v kapitolách 2.2 a 2.3 Úřad uvádí,  
440 že je mu známa skutečnost, že MNO nad rámec svých veřejných ceníků poskytují  
441 spotřebitelům rovněž tzv. neveřejné nabídky retenčního či akvizičního rázu, které mohou mít  
442 významný dopad na reálně účtované ceny za poskytované mobilní služby, a které nejsou  
443 zachyceny v použitých mezinárodních srovnáních Evropské komise<sup>39</sup> či společnosti Strategy  
444 Analytics (viz Tab. č. 3).

445 Touto problematikou se zabýval i Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (dále také  
446 jen „ÚOHS“), který provedl v roce 2017 sektorové šetření (za období od poloviny roku 2012 do  
447 prvního čtvrtletí roku 2017) v oblasti datových a hlasových služeb poskytovaných  
448 prostřednictvím veřejných mobilních sítí elektronických komunikací koncovým zákazníkům  
449 v České republice, v jehož shrnutí<sup>40</sup> mj. konstatoval, že „Ceníkové ceny a charakter mobilních  
450 datových a hlasových služeb především u neomezených tarifů mobilních operátorů byly ve

<sup>39</sup> [Mobile Broadband Prices in Europe 2017](#)

<sup>40</sup> K dispozici zde: <https://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/aktuality-z-hospodarske-souteze/2342-uohs-dokoncil-sektorove-setreni-v-oblasti-mobilnich-hlasovych-a-datovych-sluzeb.html>

451 zkoumaném období až do změn, ke kterým došlo na jaře 2017, téměř identické. Z šetření  
452 Úřadu však vyplynulo, že i v tomto období ve skutečnosti významné procento zákazníků tyto  
453 služby čerpalo za ceny jiné, poskytované v rámci neveřejných, individuálně vyjednaných  
454 nabídek, zejména pak v rámci nabídek aktivačních, či retenčních. Tímto je relativizováno  
455 tvrzení, že ceny tarifů mobilních operátorů v zahraničí v oblasti poskytování mobilních  
456 datových a hlasových služeb koncovým nefiremním zákazníkům jsou znatelně nižší, neboť ve  
457 skutečnosti zákazníci za služby platí ve značném množství případů jiné než ceníkové ceny. Je  
458 také zřejmé, že cenová hospodářská soutěž i v této době do určité míry probíhala v rámci  
459 neveřejných nabídek, přičemž konkurenční boj byl intenzivnější především při snaze získávat  
460 nové a udržet stávající zákazníky. V této souvislosti Úřad [ÚOHS] zjistil, že všichni mobilní  
461 operátoři měli a mají pro svoje pracovníky podrobné manuály, jakým způsobem postupovat  
462 a jaké slevy a výhodnější nabídky mohou zákazníkům nabízet.“

463 Jak neveřejné, tak také Úřadem níže uváděné rodinné nabídky, jsou u každého MNO  
464 koncipovány odlišně. V případě neveřejných nabídek se může jednat o nabídky neveřejných  
465 (resp. nepropagovaných) tarifů, aplikovanou slevu na základní tarif či službu, o bonusové  
466 jednotky (dat, minut, SMS) navíc, službu navíc zdarma apod.

467 Úřad na základě vlastního hodnocení tzv. neveřejných nabídek, tedy retenčních,  
468 eventuálně akvizičních slev či bonusů dospěl k obdobnému závěru jako ÚOHS a konstatuje,  
469 že nabídky jednotlivých poskytovatelů se liší – a to jak formou, jakou jsou poskytovány  
470 (jednotliví operátoři mají vypracovány své postupy a kompetence pro jednotlivé úrovně svých  
471 pracovníků), tak i výši těchto poskytovaných slev. Jednotliví mobilní operátoři svoje postupy  
472 pro retenční či akviziční nabídky mění v různých časových intervalech. Z údajů, kterými Úřad  
473 disponuje, vyplývá, že v segmentu rezidentních zákazníků poskytuje slevu společnost  
474 **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** 33 % zákazníků s aktuálně nabízenými mobilními tarify,  
475 společnost **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** 22 % zákazníků s aktuálně nabízenými  
476 mobilními tarify, a společnost **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** 39 % zákazníků  
477 s aktuálně nabízenými mobilními tarify. Výše průměrně poskytované slevy se u jednotlivých  
478 operátorů pohybuje od 21,22 % do 79,03 %. V této souvislosti si Úřad u dalších evropských  
479 regulačních úřadů ověřil, že obdobně jako v ČR, jsou i v dalších srovnávaných zemích v určité  
480 míře spotřebitelům poskytovány neveřejné nabídky. Většina regulátorů však informace tohoto  
481 typu systematicky nesleduje, a pokud výjimečně ano, tak podléhají obchodnímu tajemství, a  
482 nemohou tak být v konkrétní podobě sdíleny, a tudíž srovnávány.

483 Vedle neveřejných nabídek, dále Úřad registruje také tzv. rodinné a studentské nabídky  
484 u síťových operátorů, které mají díky uplatněním slev či cenově výhodnějším podmínkám  
485 pozitivní dopad na konečné ceny (a rovněž přepočtené jednotkové ceny) účtované  
486 spotřebitelům.

487 U tzv. rodinných nabídek se jedná o cenové zvýhodnění odběru většího množství  
488 služeb současně na úrovni smlouvy uzavřené na jedno rodinné číslo. U společnosti O2 se jedná  
489 o nabídku [O2 Spolu](#), v rámci níž lze získat výhodnější celkovou cenu, pokud se zkombinují  
490 dvě až čtyři SIM karty s neomezenými hlasovými a SMS tarify s daty (eventuálně s pevným  
491 internetem). Navíc mohou zákazníci získat v této nabídce také službu O2 TV za 1 Kč a slevu

492 při nákupu mobilních telefonů. U společnosti T-Mobile se jedná o službu [Magenta 1](#)<sup>41</sup>, v rámci  
493 níž lze v závislosti na počtu odebíraných služeb získat množstevní slevu 10 až 25 %, dále  
494 mobilní data navíc zdarma, neomezené volání a SMS v rámci utvořené skupiny čísel (vč. pre-  
495 paid) zdarma a prémiový antivirový program zdarma. V případě společnosti Vodafone se jedná  
496 o nabídku tarifů [Red+](#), koncipovanou jako nabídku pro 4 telefonní čísla, která mají neomezené  
497 volání a SMS do všech sítí a současně společně sdílejí definovaný objem mobilních dat  
498 (měsíčně se jedná o 10 až 50 GB). U tarifu Red+ 50 GB lze navíc čerpat slevu 4.000 Kč na  
499 nákup mobilního telefonu. Eventuálně si lze zkalkulovat individuální nabídku až pro šest  
500 telefonních čísel s neomezeným voláním a SMS do všech sítí, která mohou sdílet až 60 GB  
501 mobilních dat měsíčně, se službou pevného internetu, a cenově zvýhodněnými datovými  
502 balíčky Pass.

503 Co se týče studentských tarifů, jsou zastoupeny v nabídkách všech MNO, přičemž  
504 jejich dostupnost pro spotřebitele je omezena věkem – lze je získat nejvýše do 26 let věku.  
505 V případě společnosti T-Mobile se jedná o tarif *Tarif Student Data*, v případě společnosti  
506 Vodafone jde o tarif *#jetovtobě*, a společnost O2 nabízí dvě varianty studentského tarifu –  
507 jednak *[:kúl:] 5 GB* a dále *[:kúl:] 10 GB*. Podstatou nabídky studentských tarifů je nabídka  
508 vyššího objemu mobilních dat oproti standardním nabídkám pro spotřebitele v dané cenové  
509 hladině. Typicky tak lze v rámci těchto tarifů získat 10 GB dat a k tomu určitý počet volných  
510 minut a SMS za cenu 499 Kč. Nejvýhodnější nabídka je poskytována ze strany Vodafone – tj.  
511 neomezené volání a SMS a 10 GB dat (+ možnost získat další 2 GB navíc v aplikaci Můj  
512 Vodafone).

513 Z dat, která si Úřad vyžádal od síťových operátorů, vyplývá, že zájem o tento typ tarifů  
514 u spotřebitelů v čase roste – zejména u tzv. rodinných tarifů – a v současné době<sup>42</sup> dosahuje  
515 jejich zastoupení v segmentu spotřebitelů, využívajících Mobilní tarify s daty, hodnot  
516 uvedených v Tab. č. 5, tedy v součtu až 19 %<sup>43</sup>.

517 **Tab. č. 5: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Aktuální zastoupení rodinných a studentských**  
518 **tarifů (dle počtu SIM karet) v segmentu rezidentních zákazníků**  
519 **používajících Mobilní tarify s daty**

	Rodinné tarify	Studentské tarify
<b>Operátor 1</b>	22%	5%
<b>Operátor 2</b>	10%	7%
<b>Operátor 3</b>	12%	5%
<b>Celkem</b>	<b>13%</b>	<b>6%</b>

520

521 Zdroj: ČTÚ na základě vyžádaných dat od O2, Vodafone a T-Mobile

---

<sup>41</sup> Magenta 1 sice není ze strany T-Mobile přímo deklarována jako tzv. rodinná nabídka, nicméně svými vlastnostmi a výhodami je zaměřena stejným směrem jako nabídky Vodafone a O2 – tedy ke spotřebitelům, kteří na úrovni svého rodného čísla odebírají více služeb a v souhrnu, díky tomuto sdružení telefonních čísel a dalších služeb, získávají výhodnější celkovou cenu.

<sup>42</sup> K srpnu, resp. září 2018.

<sup>43</sup> U společnosti T-Mobile se mohou rodinné a studentské tarify prolínat (studentské tarify mohou být zařazeny v Magentě 1).



## 522 2.5 Věcné vymezení maloobchodního trhu a zákaznická segmentace

523 Jak již Úřad uvedl v úvodní kapitole, vychází věcné vymezení maloobchodního trhu  
524 z provedeného T3K s tím, že na základě aktualizovaných dat, popsanych v kapitolách 2.1 až  
525 2.4, Úřad ověřil jeho platnost i pro tuto analýzu a potvrzuje jej v původním rozsahu, tedy že  
526 Úřad zahrnul do věcného vymezení **trhu mobilních služeb pro rezidentní zákazníky** mobilní  
527 služby – tedy **mobilní hlasové volání, služby SMS a mobilní datové služby**, přičemž Úřad  
528 rozdělil trh mobilních služeb na dva segmenty:

- 529 • **segment A – Mobilní tarify s daty**
- 530 • **a segment B – Mobilní internet.**

531 V T3K se Úřad zabýval i posouzením potřeby segmentovat trh podle typu zákazníků –  
532 firemních<sup>44</sup> a rezidentních (tj. domácností). A to zejména z hlediska rozdílného provozu, tržeb  
533 a cen u obou uvedených typů zákazníků za jednotlivé služby nabízené v mobilních tarifech  
534 (hlas, SMS a data) i za služby Mobilního internetu a dospěl k závěru, že

- 535 • **segment A** je členěn na dvě skupiny podle typu zákazníků, a to **A1 –**  
536 **rezidentní zákazníci** (též označován jako „domácnosti“) a **A2 – firemní**  
537 **zákazníci**.
- 538 • Na základě obdobného hodnocení **segmentu B** dospěl Úřad k stejnému  
539 členění na dvě skupiny zákazníků podobně jako u segmentu A, a to **B1 –**  
540 **rezidentní zákazníci** a **B2 – firemní zákazníci**.

541 Na základě níže popsanych aktualizovaných údajů, Úřad ověřil správnost této  
542 segmentace v rámci vymezení relevantního trhu. V souladu se závěry T3K, které ukázaly, že  
543 pro segmenty rezidentních zákazníků byl test naplněn a tyto segmenty byly vyhodnoceny jako  
544 vhodné pro vymezení relevantního trhu a posouzení ex ante regulace, proto po věcném  
545 vymezení trhu mobilních služeb Úřad dále hodnotí **trh mobilních služeb pro rezidentní**  
546 **zákazníky, tedy segmenty A1 a B1.**

### 547 **Zákaznická segmentace:**

548 Níže Úřad uvádí jednak upravené údaje za rok 2016<sup>45</sup> (oproti T3K) a na základě  
549 vyžádaných údajů od MNO také aktuální hodnoty za rok 2017.

550 Z níže uvedených tabulek za roky 2016 a 2017 (Tab. č. 6, Tab. č. 7, Tab. č. 8, Tab. č.  
551 9) je zřejmé, že napříč trhem lze konstatovat, že měsíční ARPU je pro jednotlivé typy  
552 zákazníků zpravidla odlišné – v segmentu B generují vyšší ARPU rezidentní zákazníci (v roce  
553 2016 i 2017), v segmentu A vygenerovali v roce 2016 mírně vyšší APRU rezidentní zákazníci,  
554 v roce 2017 naopak firemní zákazníci. Současně lze pozorovat, že i průměrná spotřeba  
555 jednotlivých služeb (hlas, SMS, data) u uvedených typů zákazníků je odlišná. Popsané rozdíly  
556 jsou však u jednotlivých operátorů různé.

---

<sup>44</sup> Firemními zákazníky jsou myšleni zákazníci, kteří uzavírají smlouvu zpravidla na IČO (identifikační číslo osoby), tj. podnikající fyzické osoby, právnické osoby a subjekty veřejné správy.

<sup>45</sup> Společnost T-Mobile Úřadu zaslala spolu s aktualizovanými údaji pro rok 2017 i upravené údaje za rok 2016, které s využitím přesnější metodiky lépe reflektují Úřadem vyžádané informace pro účely T3K. Upravené údaje neměly za následek odlišné hodnocení zákaznické segmentace ze strany Úřadu.

557 Situace, kdy všichni tři síťoví operátoři vykazují odlišné ARPU pro rezidentní a firemní  
 558 zákazníky při odlišných spotřebách, svědčí pro zákaznickou segmentaci. V agregovaném  
 559 hodnocení vidíme, že u rezidentních zákazníků při menší průměrné spotřebě hlasových  
 560 a datových služeb v segmentu A (při porovnatelné průměrné spotřebě odeslaných SMS) je  
 561 dosahováno podobného ARPU jako u firemních zákazníků, kteří však dosahují vyšší průměrné  
 562 spotřeby obsažených služeb. V segmentu B dosahují rezidentní zákazníci vyššího ARPU při  
 563 výrazně nižší spotřebě dat ve srovnání s firemními zákazníky. Firemní zákazníci tak v obou  
 564 segmentech (A, B) dosahují zpravidla nižších jednotkových cen<sup>46</sup> za jednotlivé dílčí služby,  
 565 obsažené v tarifech (hlas, SMS, data), jak ukazují níže uvedené tabulky s údaji za roky 2016  
 566 a 2017 (Tab. č. 6, Tab. č. 7, Tab. č. 8, Tab. č. 9).

567 **Tab. č. 6: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Průměrná měsíční spotřeba a ARPU pro**  
 568 **jednotlivé typy zákazníků u Mobilních tarifů s daty za rok 2016**

Domácnosti	Operátor 1	Operátor 2	Operátor 3	Celkem	Jednotkové ceny bez DPH (v Kč)
Počet SIM karet	723 938	1 815 876	966 784	3 506 598	
<b>ARPU (v Kč)</b>	<b>208</b>	<b>254</b>	<b>376</b>	<b>278</b>	
Průměrný počet minut	377	109	215	193	<b>1,44</b>
Průměrný počet SMS	161	53	101	88	<b>3,14</b>
Průměrná spotřeba dat (MB)	711	328	627	489	<b>0,57</b>

Firemní zákazníci	Operátor 1	Operátor 2	Operátor 3	Celkem	Jednotkové ceny bez DPH (v Kč)
Počet SIM karet	791 636	1 023 421	613 517	2 428 574	
<b>ARPU (v Kč)</b>	<b>138</b>	<b>288</b>	<b>422</b>	<b>273</b>	
Průměrný počet minut	314	189	297	257	<b>1,06</b>
Průměrný počet SMS	90	61	96	80	<b>3,43</b>
Průměrná spotřeba dat (MB)	760	525	764	662	<b>0,41</b>

569 Zdroj: ČTÚ, na základě vyžádaných údajů od MNO  
 570  
 571

572 **Tab. č. 7: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Průměrná měsíční spotřeba a ARPU pro**  
 573 **jednotlivé typy zákazníků u služby Mobilní internet za rok 2016**

Domácnosti	Operátor 1	Operátor 2	Operátor 3	Celkem	Jednotkové ceny bez DPH (v Kč)
Počet SIM karet	143 547	176 362	52 597	372 506	
Objem dat (GB)	1 818 930	1 860 290	1 767 490	5 446 710	
Tržby (v tis. Kč)	327 951	525 693	135 421	989 065	
<b>ARPU (v Kč)</b>	<b>190</b>	<b>248</b>	<b>215</b>	<b>221</b>	<b>0,18</b>
Průměr data (MB)	1 056	879	2 800	1 218	

Firemní zákazníci	Operátor 1	Operátor 2	Operátor 3	Celkem	Jednotkové ceny bez DPH (v Kč)
Počet SIM karet	172 147	160 109	33 504	365 760	
Objem dat (GB)	3 885 449	2 566 814	1 527 035	7 979 298	
Tržby (v tis. Kč)	412 992	448 398	69 300	930 690	
<b>ARPU (v Kč)</b>	<b>200</b>	<b>233</b>	<b>172</b>	<b>212</b>	<b>0,12</b>
Průměr data (MB)	1 881	1 336	3 798	1 818	

574 Zdroj: ČTÚ, na základě vyžádaných údajů od MNO  
 575

<sup>46</sup> Úřad si je vědom, že se nejedná o skutečné průměrné jednotkové ceny pro potenciální segmenty zákazníků, protože hodnoty uvedené v posledním sloupci Tab. č. 6 a 8 jsou podílem celkového ARPU a průměrného počtu spotřebovaných jednotek samostatně pro hlasové volání, SMS a data. Ve skutečnosti jsou tedy jednotkové ceny pro každý z potenciálních segmentů nižší, protože ARPU je generováno všemi třemi službami, resp. mělo by být na tyto tři služby alokováno při výpočtu jednotkových cen. Pro účely znázornění cenových rozdílů mezi potenciálními segmenty je však tento výpočet využitelný.

576

577 **Tab. č. 8: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Průměrná měsíční spotřeba a ARPU pro**  
 578 **jednotlivé typy zákazníků u Mobilních tarifů s daty za rok 2017**

Domácnosti	Operátor 1	Operátor 2	Operátor 3	Celkem	Jednotkové ceny bez DPH (v Kč)
Počet SIM karet	1 070 444	1 808 794	1 158 039	4 037 277	
<b>ARPU (v Kč)</b>	<b>157</b>	<b>271</b>	<b>345</b>	<b>262</b>	
Průměrný počet minut	245	112	189	169	<b>1,55</b>
Průměrný počet SMS	98	52	88	75	<b>3,50</b>
Průměrná spotřeba dat (MB)	642	586	853	678	<b>0,39</b>

Firemní zákazníci	Operátor 1	Operátor 2	Operátor 3	Celkem	Jednotkové ceny bez DPH (v Kč)
Počet SIM karet	843 409	1 108 447	751 161	2 703 017	
<b>ARPU (v Kč)</b>	<b>152</b>	<b>288</b>	<b>371</b>	<b>269</b>	
Průměrný počet minut	292	198	245	241	<b>1,12</b>
Průměrný počet SMS	84	64	88	77	<b>3,48</b>
Průměrná spotřeba dat (MB)	917	833	1 088	930	<b>0,29</b>

579

580 Zdroj: ČTÚ, na základě vyžádaných údajů od MNO

581

582 **Tab. č. 9: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Průměrná měsíční spotřeba a ARPU pro**  
 583 **jednotlivé typy zákazníků u služby Mobilní internet za rok 2017**

Domácnosti	Operátor 1	Operátor 2	Operátor 3	Celkem	Jednotkové ceny bez DPH (v Kč)
Počet SIM karet	160 320	157 103	38 939	356 362	
Objem dat (GB)	2 163 605	1 697 571	1 107 377	4 968 553	
Tržby (v tis. Kč)	507 140	482 147	100 946	1 090 233	
<b>ARPU (v Kč)</b>	<b>264</b>	<b>256</b>	<b>216</b>	<b>255</b>	<b>0,22</b>
Průměr data (MB)	1 125	900	2 370	1 162	

Firemní zákazníci	Operátor 1	Operátor 2	Operátor 3	Celkem	Jednotkové ceny bez DPH (v Kč)
Počet SIM karet	189 298	144 740	50 293	384 331	
Objem dat (GB)	5 081 234	3 139 316	2 497 429	10 717 979	
Tržby (v tis. Kč)	338 131	402 771	113 807	854 709	
<b>ARPU (v Kč)</b>	<b>149</b>	<b>232</b>	<b>189</b>	<b>185</b>	<b>0,08</b>
Průměr data (MB)	2 237	1 807	4 138	2 324	

584

585 Zdroj: ČTÚ, na základě vyžádaných údajů od MNO

586 Na základě výše uvedeného, tedy identifikovaných cenových rozdílů (cenové  
 587 diskriminace) mezi různými skupinami zákazníků, je segmenty A (tj. Mobilní tarify  
 588 s daty) a B (tj. Mobilní internet) vhodné dále rozdělit na segment rezidentních zákazníků  
 589 a segment firemních zákazníků.

590 Tento značný cenový rozdíl je dle Úřadu výrazem odlišných konkurenčních podmínek  
 591 panujících ve vztahu k tomuto typu zákazníka (rezidentnímu) a odůvodňuje vytvoření  
 592 separátního segmentu pro rezidentní zákazníky na jedné straně a separátního segmentu  
 593 pro firemní zákazníky na straně druhé.

594 Výše učiněný závěr pak podporuje i praxe organizování výběrových řízení na mobilní  
 595 služby ze strany velkých firemních zákazníků či státní správy, jejichž výsledkem mohou být

596 ceny až na hranici variabilních nákladů síťového operátora (či je mírně převyšující), které jsou  
597 v síťovém odvětví, jakým je sektor elektronických komunikací, velmi nízké<sup>47</sup>.

598           Současně je zde patrná i rozdílná vyjednávací tržní síla na poptávkové straně  
599 u firemních a rezidentních zákazníků. Ta je zejména u velkých firemních zákazníků značně  
600 vysoká díky zmíněným výběrovým řízením, kdy jsou ze strany firem a institucí zpravidla  
601 poptávány velké objemy služeb na pevně dané období, které pro stranu nabídky znamenají  
602 zaručené a oproti rezidentnímu zákazníkovi vyšší absolutní tržby na úrovni celé smlouvy  
603 (obvykle rámcové), dále rovněž možnost prodeje i dalších služeb (nebo i celých systémových  
604 řešení) těmto zákazníkům, a v neposlední řadě i možnost uvést významného firemního  
605 zákazníka či instituci do svých referencí a tím zvyšovat svou reputaci na trhu. Oproti tomu  
606 rezidentní zákazník typicky poptává jednu SIM kartu pro svou vlastní potřebu, eventuálně  
607 několik SIM karet pro členy rodiny, a jeho vyjednávací pozicí v tomto případě může být  
608 například doba, po kterou setrvává u daného operátora, jeho dosavadní výše útraty,  
609 eventuálně další služby, které u daného operátora využívá (pevný internet, TV apod.). Ačkoliv  
610 je v některých případech rezidentní zákazník schopen si vyjednat, zejména při signalizaci či  
611 podání výpovědi účastnické smlouvy, výhodnější ceny oproti základním ceníkovým, jak Úřad  
612 popisuje v kapitole 2.4 v souvislosti s neveřejnými nabídkami, je ve srovnání s velkým  
613 firemním zákazníkem jeho absolutní celková měsíční útrata obvykle natolik malá, že jeho  
614 vyjednávací pozice je tímto faktorem zásadně limitována.

615           **Závěr:** Posouzením situace na současném maloobchodním trhu mobilních služeb, na  
616 základě aktualizovaných údajů, konkrétně cenového hodnocení, Úřad potvrdil závěr T3K, že  
617 **segment A** je členěn na dvě skupiny podle typu zákazníků, a to **A1 – rezidentní zákazníci**  
618 (též označován jako „domácnosti“) a **A2 – firemní zákazníci**. Na základě obdobného  
619 hodnocení **segmentu B** dospěl Úřad k stejnému členění na dvě skupiny zákazníků podobně  
620 jako u segmentu A, a to **B1 – rezidentní zákazníci** a **B2 – firemní zákazníci**. Úřad tak v rámci  
621 věcného vymezení potvrdil zákaznickou segmentaci z T3K, kterou bude brát v potaz při  
622 analýze relevantního trhu.

623

624           V souladu se závěry T3K, které ukázaly, že pro segmenty rezidentních zákazníků byl  
625 test naplněn a tyto segmenty byly vyhodnoceny jako vhodné pro vymezení relevantního trhu  
626 a posouzení ex ante regulace, proto po věcném vymezení trhu mobilních služeb Úřad dále v  
627 analýze hodnotí **trh mobilních služeb pro rezidentní zákazníky, tedy segmenty A1 a B1**.

---

<sup>47</sup> Za tyto ceny však nemohou být služby systematicky (tj. plošně) poskytovány ani na velkoobchodním, ani na maloobchodním trhu, neboť v opačném případě by činnost MNO generovala ztrátu (nezajišťovala by pokrytí fixních nákladů) a vedla k odchodu takového operátora z trhu. Neznamená to však, že jednotkové ceny mírně nad úroveň průměrných variabilních nákladů na jednom segmentu (firemním) by nutně vedly k cenám excesivním na segmentu druhém (rezidentním), neboť i nízké ceny nabízené zákazníkům na sektoru s předpokládanou vyšší úrovní konkurence umožňují konkrétnímu operátorovi pokrýt i část fixních nákladů, a tím přispívají k snížení zatížení cen rezidentních zákazníků fixními náklady\*. Jinými slovy bez existence zákazníků z tohoto firemního segmentu u konkrétního MNO budou jeho jednotkové náklady (a tím pravděpodobně i ceny) pro segment rezidentních zákazníků vyšší než u konkurenčního MNO, nabízejícího i služby pro firemní segment s výrazně nižšími cenami než pro segment rezidentní.

\* Např. předpokládáme existenci dvou MNO (1 a 2) s následujícími tržními podíly v segmentech firemních a rezidentních zákazníků: MNO 1 má 50 % rezidentního segmentu a 0 % firemního segmentu, MNO 2 má 50 % rezidentního segmentu a 100 % firemního segmentu. V této situaci může MNO 2 udržovat nižší ceny pro rezidentní segment, než operátor MNO 1, i pokud bude mít současně výrazně nižší ceny pro firemní segment (na úrovni jen mírně převyšující průměrné variabilní náklady). Důvodem je skutečnost, že firemní zákazníci MNO 2 se podílejí částečně na úhradě fixních nákladů, a tím umožňují snížit ceny i pro rezidentní segment. MNO 1 je naopak nucen rozprostřít veškeré fixní náklady do cen rezidentních zákazníků. Racionální strategií MNO 1 by pak mohla být snaha „přetáhnout“ nízkými cenami firemní zákazníky od MNO 2, čímž by mohl snížit i ceny pro rezidentní zákazníky.

## 628 2.6 Tržní podíly na maloobchodním trhu

629 Celkovou situaci na maloobchodním trhu všech SIM karet ilustruje Graf č. 9, Graf č. 10  
630 a Graf č. 11.

631 Jak ukazuje Graf č. 9, při pohledu na vývoj podílů podle celkového počtu všech SIM  
632 karet **se trh zdánlivě vyvíjí dynamicky** –podíly síťových operátorů i souhrnný podíl virtuálních  
633 operátorů se v průběhu čtyř let (2013 – 2017) viditelně změnily. Tržní podíl virtuálních  
634 operátorů se změnil z 1,2 % na 6,7 %, tržní podíl Vodafonu se změnil o 4 procentní body, tržní  
635 podíl O2 o 7,7 procentního bodu a tržní podíl T-Mobilu o 1,7 procentního bodu.

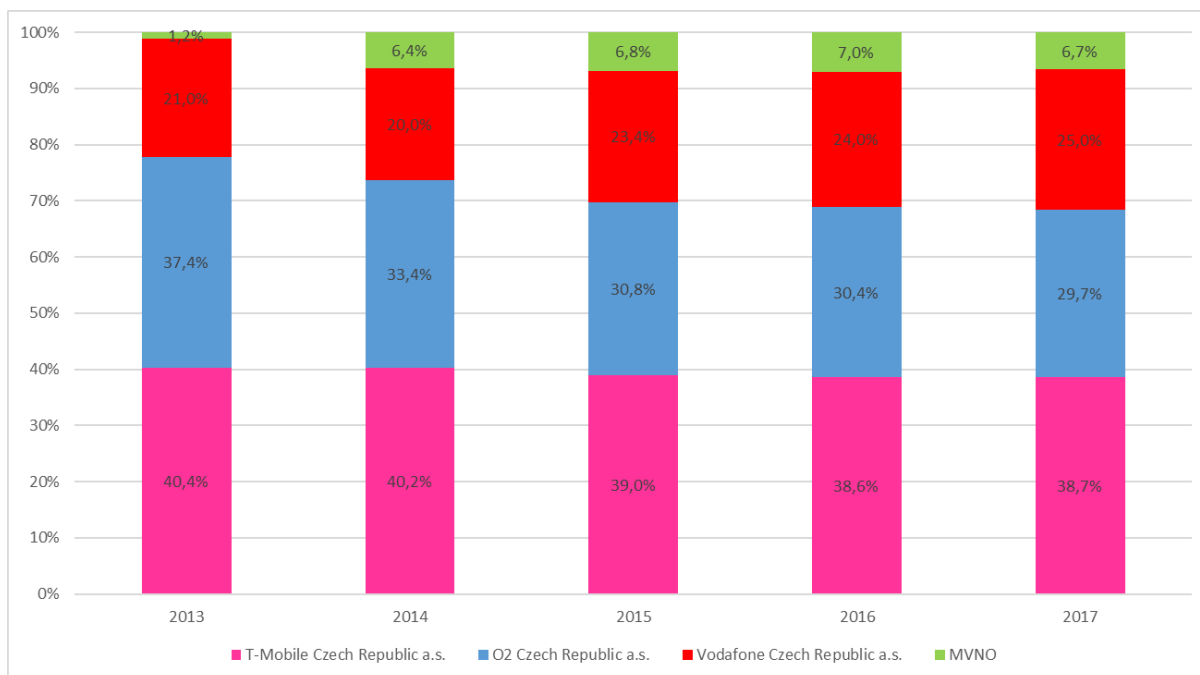
636 Pokud se ovšem Úřad zaměřil na větší detail a porovnal **zvláště vývoj podílů**  
637 **v segmentu firemních zákazníků a v segmentu domácností, jak dokládá Graf č. 10 a Graf**  
638 **č. 11, je zřejmé, že tato dynamika vývoje celkového maloobchodního trhu je tažena**  
639 **vývojem v segmentu firemních zákazníků**, což potvrzuje závěry provedeného T3K, vedoucí  
640 k zákaznické segmentaci. V segmentu firemních zákazníků (viz Graf č. 10) je patrné, že podíl  
641 **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ ██████████** výrazně vrostl – za tři roky<sup>48</sup> o 11,2 procentního bodu,  
642 u **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ ██████████** naopak o 6,7 procentního bodu klesl a u **OBCHODNÍ**  
643 **TAJEMSTVÍ ██████████** klesl o 4,1 procentního bodu, podíl MVNO je v tomto segmentu po  
644 celou dobu relativně zanedbatelný a v čase klesá. Naopak v segmentu domácností jsou oproti  
645 segmentu firem patrné výrazně menší změny v podílech jednotlivých operátorů. Změna výše  
646 podílu v segmentu domácností je tak u **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ ██████████** téměř 6x menší  
647 oproti změně v segmentu firem, u **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ ██████████** je tato změna 2,5x  
648 menší a u **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ ██████████** 5x menší. Podíl MVNO se v segmentu  
649 domácností pohybuje okolo 10 % a výrazně nekolísá.

---

<sup>48</sup> Oddělené údaje o počtu SIM karet v segmentu firemních zákazníků a domácností sbírá Úřad od operátorů v rámci Elektronického sběru dat počínaje rokem 2014.

650  
651

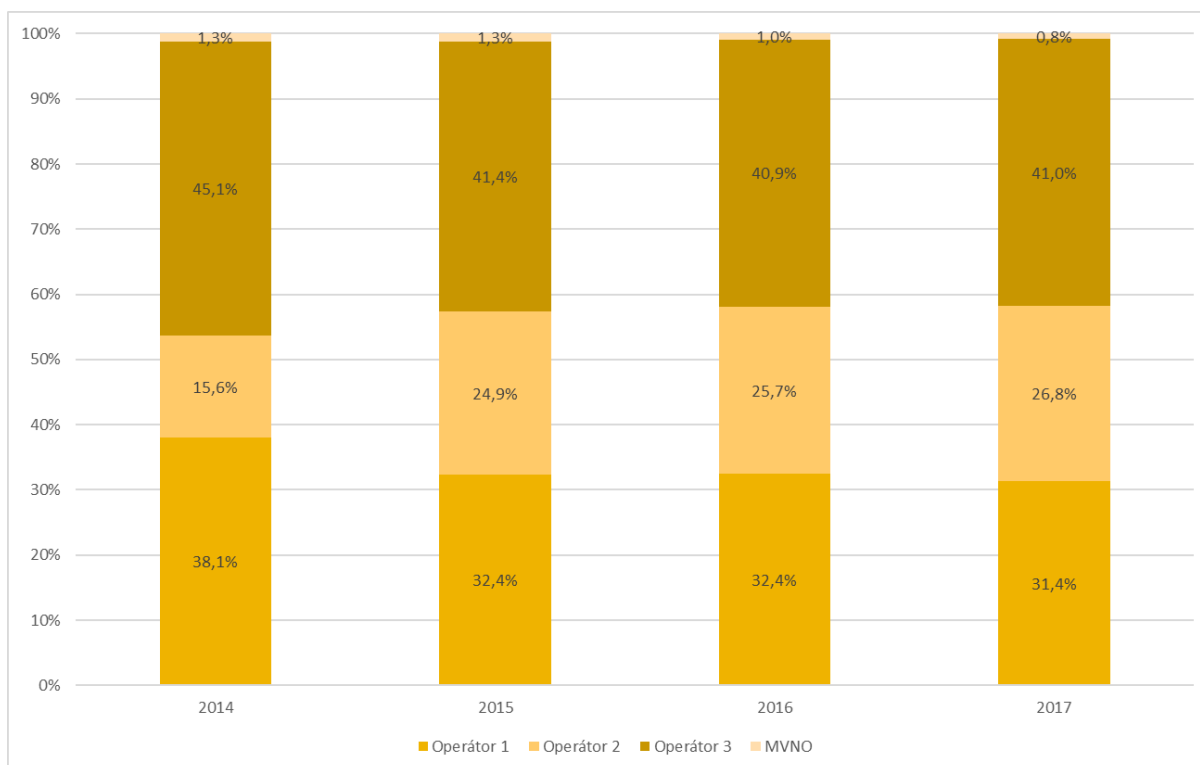
**Graf č. 9: Vývoj podílů na maloobchodním trhu podle celkového počtu všech SIM karet**



652

653 Zdroj: ČTÚ dle ESD

**Graf č. 10: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Vývoj podílů na maloobchodním trhu podle celkového počtu SIM karet firemních zákazníků**

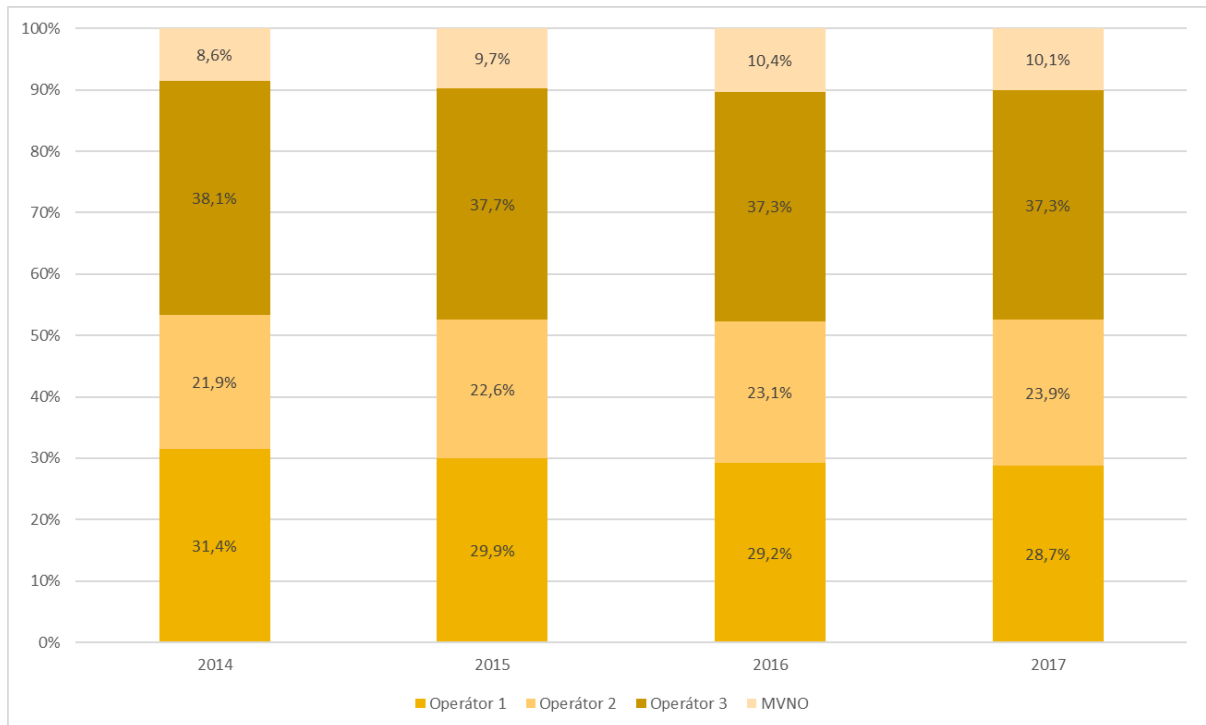


656

657 Zdroj: ČTÚ dle ESD

658  
659

**Graf č. 11: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Vývoj podílů na maloobchodním trhu podle celkového počtu SIM karet domácností**



660

661 Zdroj: ČTÚ dle ESD

662 Největším poskytovatelem mobilních služeb v segmentu A, jak zobrazuje Graf č. 12, je  
663 společnost T-Mobile s 37,6 %, poté O2 s 28,8 % a Vodafone s 26,1 %. Jako největší MVNO,  
664 z pohledu tržního podílu, na trhu působí společnost O2 Family s 4,1 % (v síti O2), dále  
665 následuje společnost SAZKA a.s. s 1,0 % (v síti Vodafone) a Tesco Mobile ČR s.r.o. s 0,8 %  
666 (v síti O2).

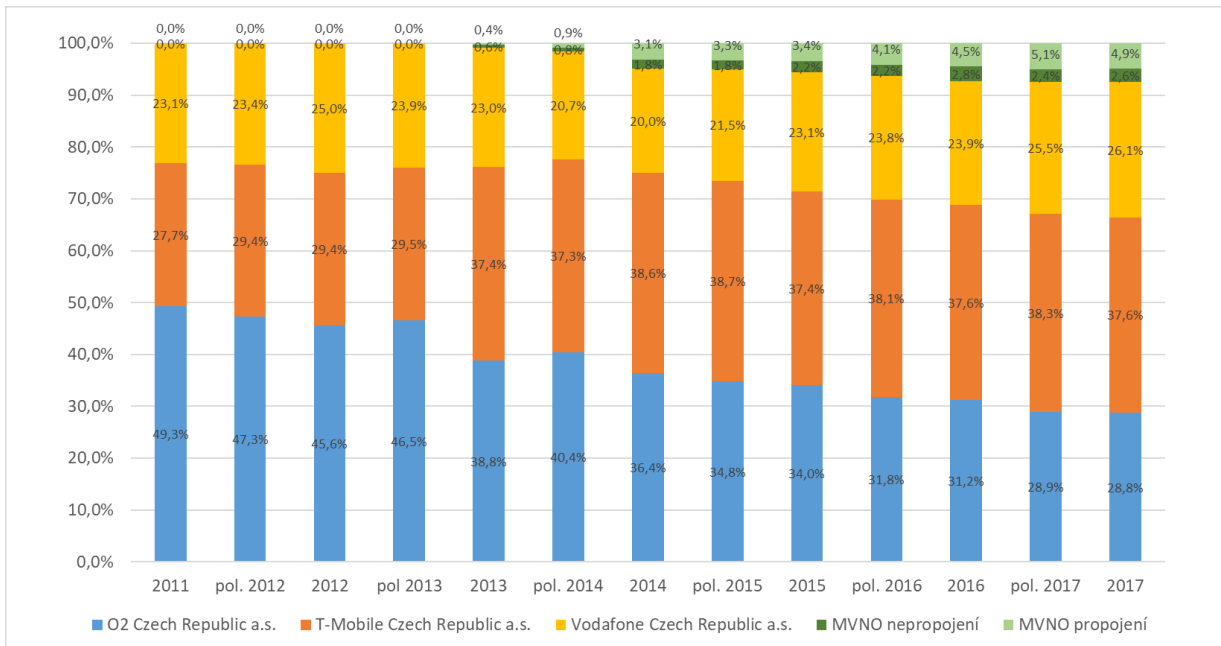
667 Podíl MVNO ve vymezeném maloobchodním trhu segmentu A dosahoval k 31. prosinci  
668 2017 hodnoty 7,5 %, z toho (s MNO) majetkově propojení MVNO<sup>49</sup> měli tržní podíl 4,9 %  
669 a majetkově nezávislí MVNO měli 2,6 %.

---

<sup>49</sup> V současnosti na trhu působí 3 MVNO, kteří jsou majetkově propojení s MNO. Jedná se o společnosti O2 Family, s.r.o. (ze 100 % vlastněna společností O2), Tesco Mobile ČR s.r.o. (z 50 % vlastněna společností O2) a COOP Mobil s.r.o. (z 1/3 vlastněna společností Vodafone).

670  
671

**Graf č. 12: Vývoj maloobchodních tržních podílů na základě počtu SIM karet v segmentu A**



672  
673

Zdroj: ČTÚ dle ESD

674 Struktura tržních podílů v segmentu B (viz Graf č. 13) se liší od podílů v segmentu A.  
675 Největším poskytovatelem mobilních služeb na segmentu B je společnost T-Mobile s 44,8 %,  
676 poté společnost O2 s 43,1 % a Vodafone s necelými 11,0 %. Podíl MVNO činil k 31. prosinci  
677 2017 pouze 1,06 %<sup>50</sup>, z toho (s MNO) majetkově propojení MVNO měli tržní podíl 0,29 %  
678 a majetkově nezávislí MVNO měli 0,77 %.

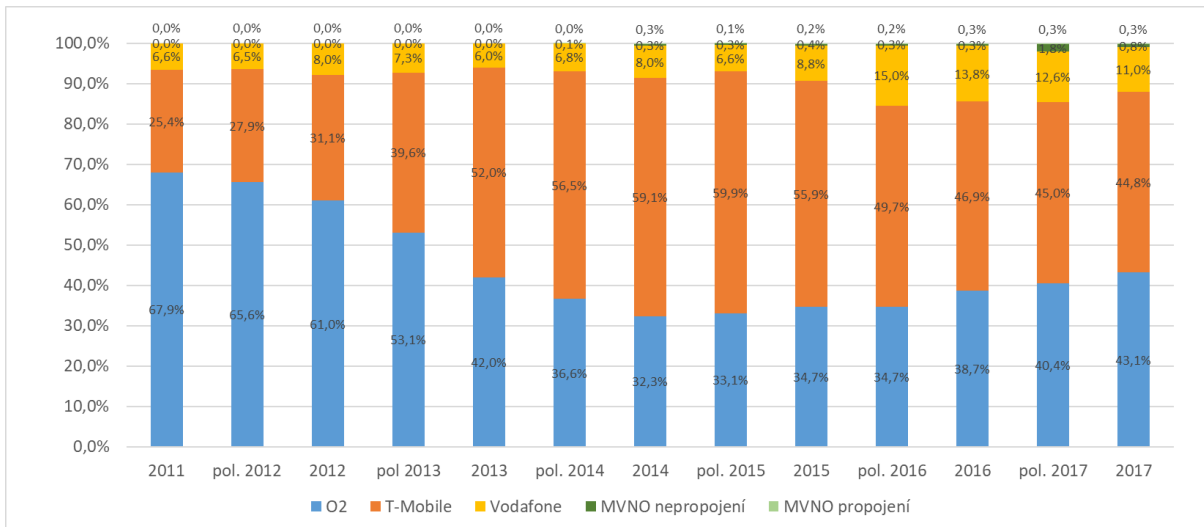
679 K 31. prosinci 2017 byla největším MVNO, poskytujícím služby v segmentu B,  
680 společnost O2 Family s 0,29 % (v síti O2), následoval Nordic Telecom s 0,28 % (v sítích O2  
681 a T-Mobile) a Data Rail Czech Republic s 0,26 % (v sítích O2, T-Mobile a Vodafone).

<sup>50</sup> Úřad vzhledem k ukončení poskytování služeb ze strany společnosti Nordic Telecom prostřednictvím vlastní sítě CDMA a migraci zákazníků na nabídku realizovanou prostřednictvím MVNO platformy této společnosti (využívající sítě GSM/UMTS/LTE síťových operátorů) do tržních podílů zahrnul i počty SIM karet této společnosti.



682  
683

**Graf č. 13: Vývoj maloobchodních tržních podílů na základě počtu SIM karet v segmentu B**



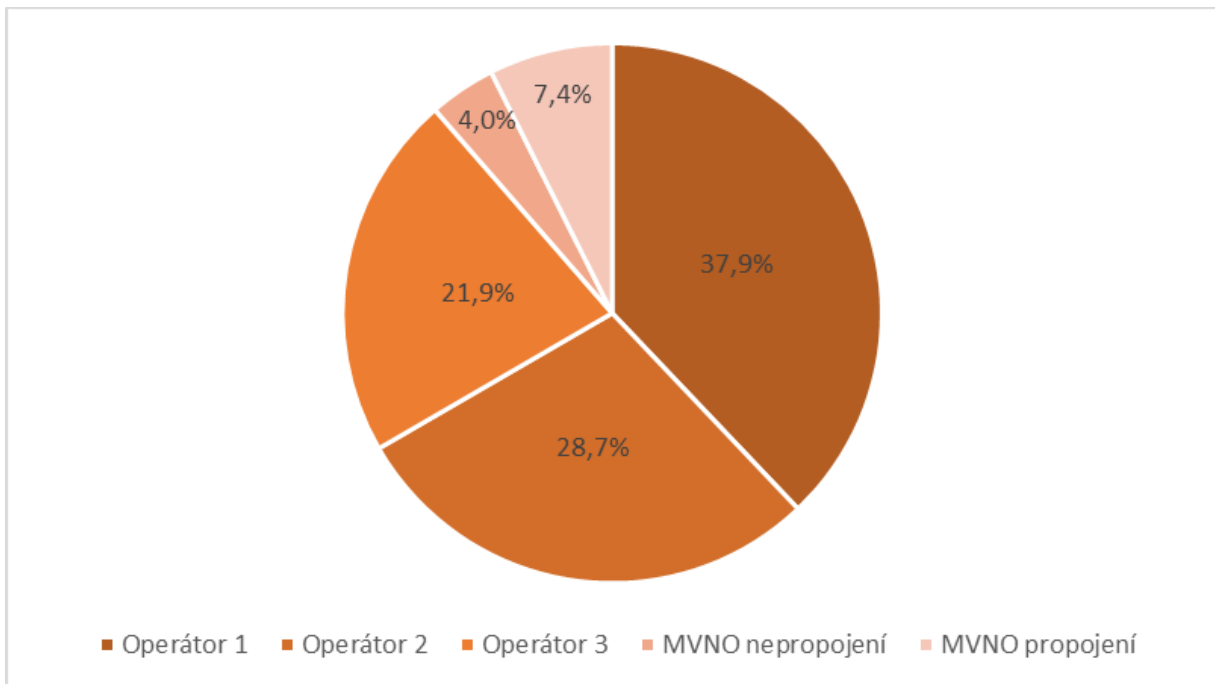
684  
685

Zdroj: ČTÚ dle ESD

686 Na následujících grafech (Graf č. 14 a Graf č. 15) ukazuje Úřad situaci v roce 2017  
687 v segmentech A a B čistě na základě dat (tj. počtu SIM karet), týkajících se výhradně  
688 rezidentních zákazníků.

689  
690

**Graf č. 14: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Maloobchodní tržní podíly na základě počtu SIM karet v segmentu A1 v roce 2017**



691

692

Zdroj: ČTÚ dle ESD

693

694

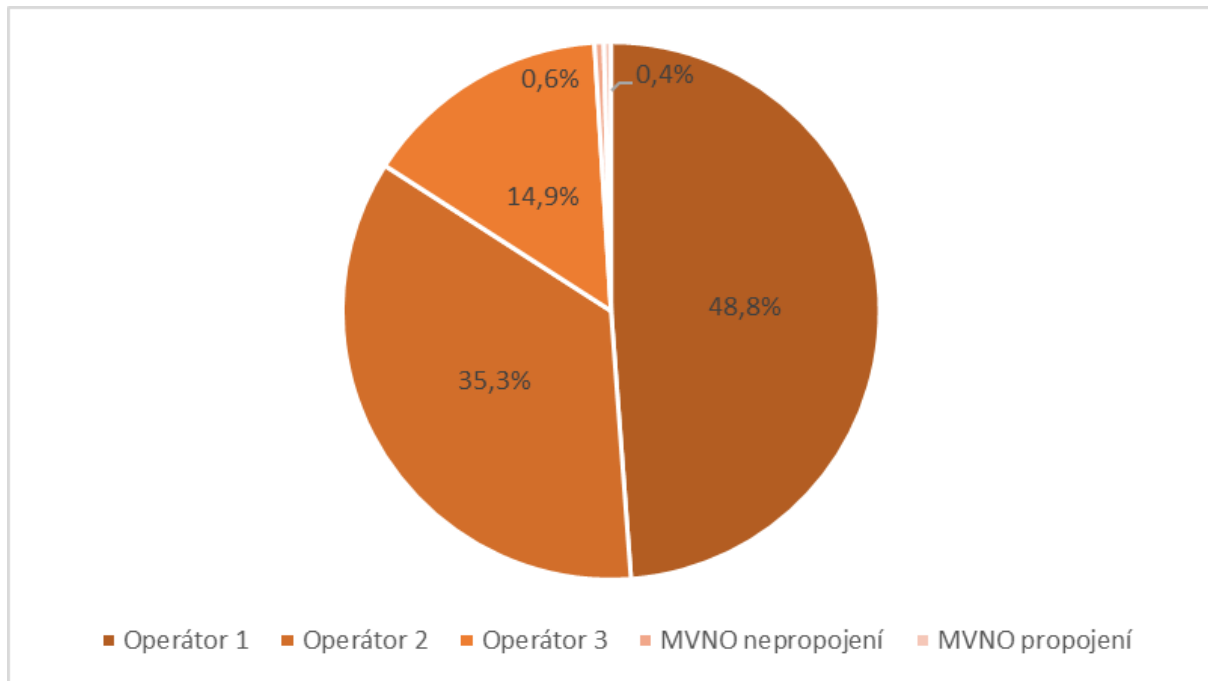
695

696

V segmentu A1, jak zobrazuje Graf č. 14, měla v roce 2017 největší tržní podíl společnost **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** (37,9 %), následovala společnost **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** (28,7 %) a společnost **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** (21,9 %). Majetkově propojení MVNO dosáhli tržního podílu 7,4 % a majetkově

697 nepropojení MVNO tržního podílu 4,0 %. Oproti situaci v celém segmentu A (tj. A1 + A2) je tak  
698 v segmentu A1 patrné zvýšení celkového tržního podílu MVNO o 3,9 p. b.

699 **Graf č. 15: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Maloobchodní tržní podíly na základě počtu SIM**  
700 **karet v segmentu B1 v roce 2017**



701

702 Zdroj: ČTÚ dle ESD

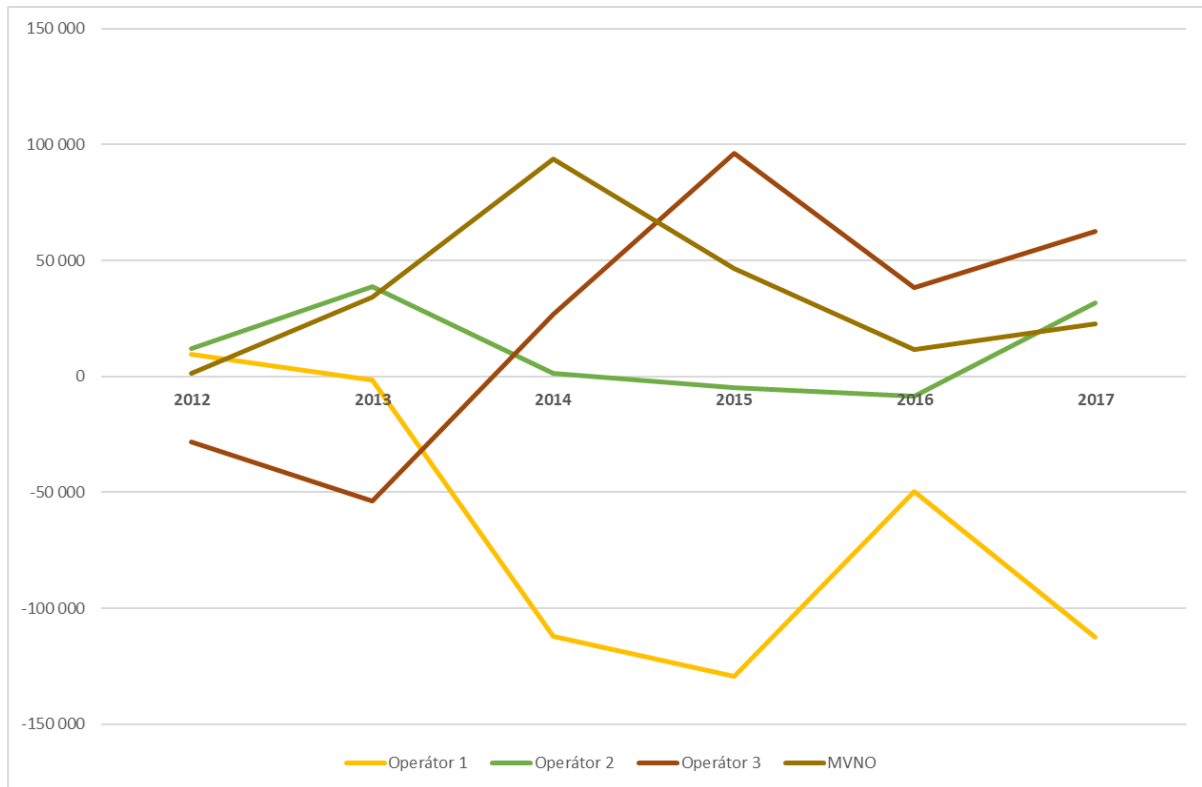
703 V segmentu B1, jak zobrazuje Graf č. 15, měla v roce 2017 největší tržní podíl  
704 společnost **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** (48,8 %), následovala společnost  
705 **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** (35,3 %) a společnost **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ**  
706 (14,9 %). Majetkově propojení MVNO dosáhli tržního podílu 0,4 % a majetkově  
707 nepropojení MVNO tržního podílu 0,6 %. Situace v celém segmentu B (tj. B1 + B2) je tak  
708 zhruba stejná jako v samotném segmentu B1, tedy že MVNO dosahují celkově tržního podílu  
709 zhruba 1 %.

710 Z grafů (Graf č. 14 a Graf č. 15), tak vyplývá, že silnější postavení mají MVNO právě  
711 v segmentu rezidentních zákazníků, což platí zejména pro segment A1, a dále, že v segmentu  
712 B1 (potažmo celém segmentu B) je vliv MVNO – s tržním podílem okolo 1 % zcela minimální.

713 Situaci na trhu mobilních služeb lze dále ilustrovat i na počtu přenášených telefonních  
714 čísel mezi jednotlivými poskytovateli služeb. Graf č. 16 zobrazuje, o kolik se v průběhu času  
715 díky přenosům telefonních čísel absolutně snižoval či zvyšoval počet SIM karet jednotlivým  
716 subjektům. Z vývoje je patrné, že největší dynamiku měly přenosy telefonních čísel v letech  
717 2013 – 2015, tedy v době, kdy na trh vstupovali virtuální operátoři. V tomto období nejvíce  
718 rostla společnost **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** (z padesátitisícové ztráty na  
719 stotisícový nárůst). Od roku 2015 lze pozorovat, že společnost **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ**  
720 korigovala svou předešlou ztrátu, ovšem počínaje rokem 2016 začala opět klesat,  
721 kdežto ostatní subjekty v tomto období rostou. MVNO se po celé sledované období pohybovali  
722 v kladných číslech, přičemž největší nárůst zaznamenali v roce 2014 (čistá změna 94 tisíc  
723 čísel), za rok 2017 pak dosáhli nárůstu o 23 tisíc telefonních čísel.

724 Graf č. 17 zobrazuje absolutní počty přenesených telefonních čísel (v rámci  
 725 přenositelnosti) ve vztahu k celkovému počtu SIM karet na trhu. Z obou uvedených grafů je  
 726 patrné, že ačkoliv část zákazníků (firemních i domácích) možnosti přenést telefonní číslo  
 727 k jinému poskytovateli služeb využívá, z pohledu dopadu na celkový vývoj trhu a jeho  
 728 dynamiku se stále jedná jen o relativně malé procento – okolo 3 % ročně, přičemž je zřejmé,  
 729 že se jedná o setrvalý trend.

730 **Graf č. 16: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Vývoj přenositelnosti telefonních čísel – čistá**  
 731 **změna<sup>51</sup>**



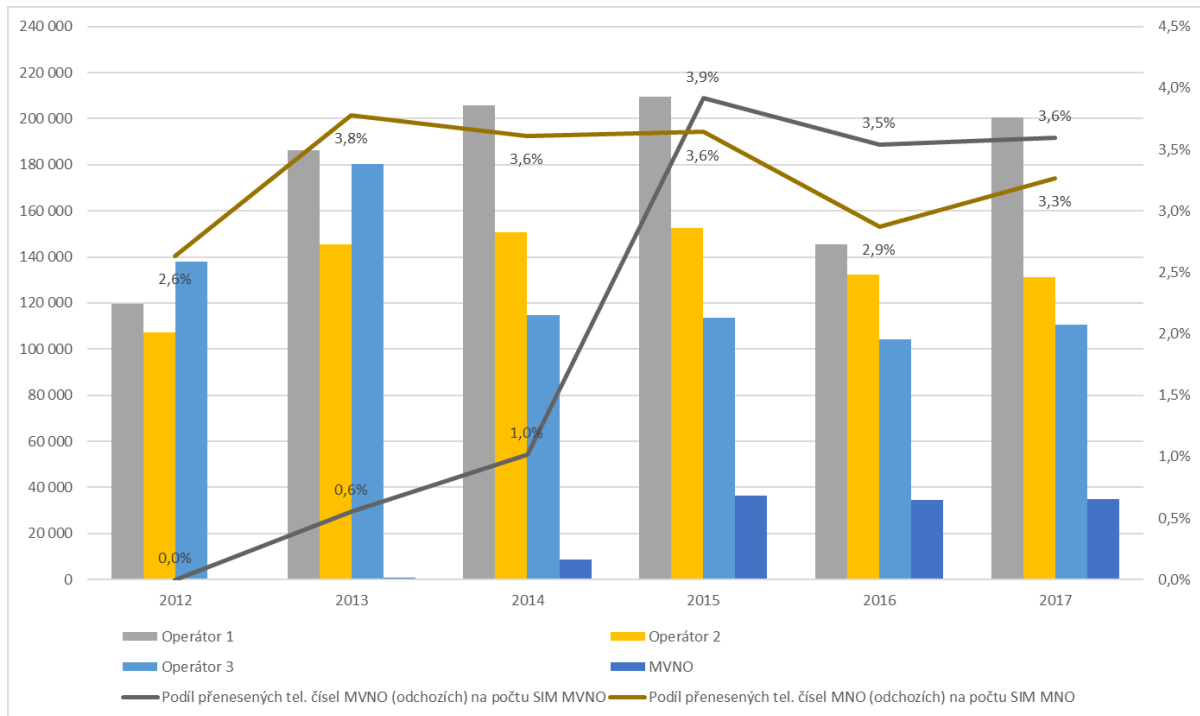
732

733 Zdroj: ČTÚ dle ESD

<sup>51</sup> Čistá změna (X) je vypočtena dle vzorce  $X = Y - Z$ , kdy ukazatel Y představuje počet příchozích tel. čísel a ukazatel Z představuje počet odchozích tel. čísel.

734  
735

**Graf č. 17: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Vývoj přenositelnosti telefonních čísel – podle opuštěného poskytovatele**



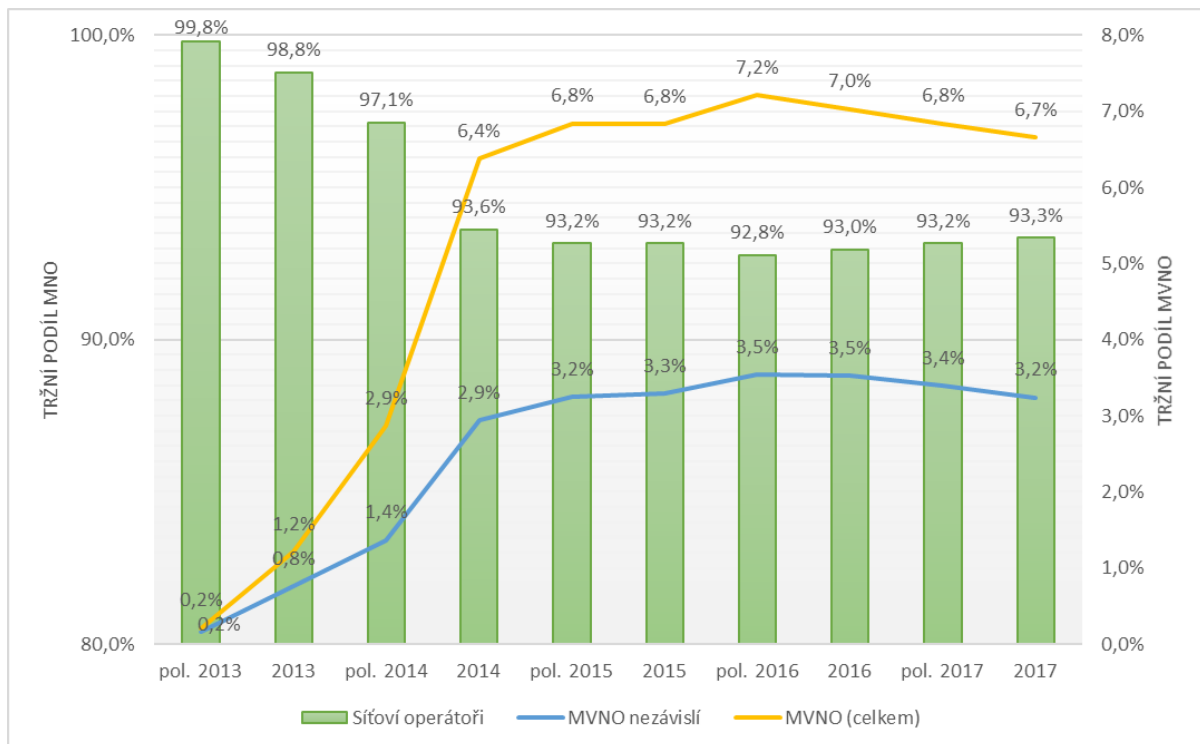
736

737 Zdroj: ČTÚ dle ESD

738 Z následujícího grafu (Graf č. 18) je patrné, že celkový tržní podíl síťových operátorů  
739 a s nimi majetkově propojených virtuálních operátorů podle celkového počtu SIM karet činí ke  
740 konci roku 2017 celkově téměř 97 %. Navíc je zřejmé, že oproti roku 2014 se ke konci roku  
741 2017 rozložení sil mezi síťovými a virtuálními operátory fakticky nezměnilo.

742  
743

**Graf č. 18: Vývoj kumulovaného tržního podílu síťových a virtuálních operátorů na celkovém počtu SIM karet<sup>52</sup>**



744

745 Zdroj: ČTÚ dle ESD

746 Postavení síťových operátorů tak v České republice překonává i hodnoty uváděné  
747 autory v odborné publikaci „*The Rule of Three: Surviving and Thriving in Competitive*  
748 *Markets*“<sup>53</sup> (česky: *Pravidlo tří: Přežití a prosperita na konkurenčních trzích*), tedy že na většině  
749 vyspělých a konkurenčních trzích kontrolují tři dominantní firmy v různých poměrech typicky  
750 70 až 90 % trhu, neboť v ČR souhrnný tržní podíl tří síťových operátorů dosahuje 93 %, jak  
751 ukazuje Graf č. 18, resp. 96 %, měřeno tržbami, jak ukazuje Graf č. 34. Ze  
752 samotného vysokého tržního podílu však obecně nelze vyvozovat samotnou absenci  
753 konkurenčního chování, což Úřad prokázal v T3K v segmentu firemních zákazníků.

754 Z výše uvedeného hodnocení tržních podílů na maloobchodním trhu je tak zřejmé, že  
755 se jedná o vysoce koncentrovaný oligopolní trh, který ovládají tři velcí poskytovatelé (T-Mobile,  
756 O2 a Vodafone), kteří si vůči dalším subjektům v roli virtuálních operátorů dlouhodobě udržují  
757 své stabilní tržní postavení.

## 758 2.7 Hodnocení situace na maloobchodním trhu

759 Úřad při vyhodnocení situace na maloobchodním trhu mobilních služeb v České  
760 republice dospěl k závěru, že ceníkové ceny za mobilní datové služby pro rezidentní zákazníky

<sup>52</sup> Jedná se o celkový počet SIM karet očištěný o SIM karty využívající fixní LTE. Společnost Nordic Telecom s.r.o. je zahrnuta do podílu virtuálních operátorů. V minulosti působila i v roli síťového operátora (pro síť CDMA).

<sup>53</sup> Autoři: Jagdish Sheth, Rajendra Sisodia; publikováno 2002

761 (domácnosti) jsou vyšší než kterých by bylo možné dosahovat na trhu s více rozvinutou  
762 hospodářskou soutěží.

763 K tomuto hodnocení situace rezidentního segmentu na maloobchodním trhu mobilních  
764 služeb v České republice Úřad vedly:

- 765
- 766 ▪ jednak závěry provedeného [testu tří kritérií](#), potvrzující splnění všech kritérií pro  
767 ustanovení nového relevantního trhu mobilních služeb za účelem ex ante  
768 regulace, tedy že *existují značné – a nikoliv dočasné – strukturální, právní  
769 a regulační překážky pro vstup nového plnohodnotného síťového operátora,  
770 struktura trhu (v časovém horizontu vymezeném analýzou) nesměřuje k účinné  
771 hospodářské soutěži a samo právo hospodářské soutěže není schopno na  
772 selhání trhu dostatečně reagovat,*
  - 773 ▪ dále srovnání ceníkových maloobchodních nabídek v České republice, z nichž  
774 je patrné, že virtuální operátoři (i přes jejich značný počet<sup>54</sup>) nemají takový vliv,  
775 aby příznivě ovlivňovali cenovou hladinu ve prospěch spotřebitelů, zejména  
776 u mobilních tarifů s vysokým objemem dat (v segmentech A1, B1),
  - 777 ▪ rovněž i srovnání rozdílných cenových úrovní u firemních a rezidentních  
778 zákazníků, ze kterého je patrná rozdílná intenzita hospodářské soutěže v obou  
779 předmětných segmentech, jak vyplynulo i z T3K, jejímž výsledkem je výrazně  
780 nižší cenová hladina mobilních služeb v segmentu firemních zákazníků ve  
781 srovnání se segmentem rezidentních zákazníků (viz zákaznická segmentace  
782 v kapitole 2.5),
  - 783 ▪ dále srovnání dynamiky vývoje tržních podílů jednotlivých subjektů působících  
784 na trhu, ze kterého je zřejmá značná rozdílnost obou srovnávaných  
785 zákaznických segmentů v neprospěch segmentu domácností (viz Graf č. 10  
786 a Graf č. 11),
  - 787 ▪ a v neposlední řadě pak bylo pro Úřad klíčové srovnání nabídek mobilních  
788 datových služeb dle ceníků operátorů v zemích EU<sup>55</sup> (viz srovnání Evropské  
789 komise<sup>56</sup> a další), kdy Česká republika je v tomto ohledu hodnocena jako jedna  
z nejdražších zemí EU<sup>57</sup>.

790 Na základě provedené analýzy a výše uvedeného hodnocení situace na  
791 maloobchodním trhu, Úřad dále přistoupil k vymezení nadřazeného velkoobchodního trhu  
792 mobilních služeb.

### 793 3 Vymezení velkoobchodního trhu

794 Na základě vymezení maloobchodního trhu mobilních služeb Úřad do vymezení  
795 **velkoobchodního trhu mobilních služeb pro rezidentní zákazníky**, stejně jako  
796 v provedeném T3K, **zahrnuje mobilní hlasové volání, služby SMS a mobilní datové služby**  
797 (používané jak v mobilním telefonu/smartphonu, tak v tabletu, notebooku a podobných

---

<sup>54</sup> K 31. 12. 2017 působilo v České republice 153 MVNO.

<sup>55</sup> A také zemí OECD – viz kapitola 2.2.3.

<sup>56</sup> [Mobile Broadband Prices in Europe 2017](#).

<sup>57</sup> A to i při zohlednění faktu, že ve srovnávaných zemích, včetně ČR, existují vedle standardních ceníkových nabídek i nabídky neveřejné.

798 zařízeních – tj. jak internet v mobilu, tak mobilní internet), které jsou na trhu poskytovány na  
799 základě uzavřených velkoobchodních smluv (s MNO či MVNE) nebo samotnými MNO formou  
800 samozásobení.

801 Velkoobchodní trh je, rovněž v souladu s výsledky provedeného T3K, definován jako  
802 **jeden velkoobchodní trh přístupu ke všem mobilním službám, které bývají nabízeny pod**  
803 **jednou, eventuálně více velkoobchodními smlouvami**, a není již dále produktově ani  
804 zákaznicky segmentován. Při uvažované zákaznické (ne)segmentaci Úřad přihlédl k malému  
805 zastoupení (souhrnně pouze 4,5 % dle celkového počtu SIM karet) firemních zákazníků  
806 v portfoliích všech MVNO – vymezený velkoobchodní trh je tak de facto trhem pro rezidentní  
807 zákazníky. Velkoobchodní trh by měl umožnit MVNE/MVNO nakoupit mobilní služby  
808 a následně MVNO umožnit je prodávat na navazujícím maloobchodním trhu. Tento trh  
809 zahrnuje jak služby pro plnohodnotné (Full) MVNE/MVNO, tak pro ostatní (nižší) úrovně  
810 MVNE/MVNO.

811 Na vymezeném velkoobchodním trhu působí na straně nabídky jak mobilní síťoví  
812 operátoři (MNO), tak MVNE. Tito poskytovatelé velkoobchodních služeb (MNO a MVNE)  
813 poskytují služby na vymezeném trhu mobilních služeb na základě smluv různě  
814 pojmenovaných. S ohledem na předmět těchto smluv se jedná o velkoobchodní smlouvy  
815 o přístupu<sup>58</sup>, jejichž předmětem je přístup k sítí, popř. velkoobchodní smlouvy mezi podnikateli  
816 v elektronických komunikacích, které upravují poskytování služeb elektronických komunikací,  
817 umožňující poskytování maloobchodních služeb koncovým účastníkům, např. smlouvy o  
818 přeprodeji služeb. Na základě komerčně ujednaných smluv jsou MVNO obvykle schopní  
819 nabízet služby na obou segmentech maloobchodního trhu bez rozlišení typu velkoobchodní  
820 datové služby podle jejího určení na jeden ze dvou vymezených maloobchodních segmentů.  
821 Z tohoto důvodu Úřad nesegmentuje velkoobchodní trh tak, jak segmentoval trh  
822 maloobchodní.

823 Při vymezení velkoobchodního trhu Úřad v souladu s Metodikou analýz relevantních  
824 trhů posoudil i otázku zahrnutí samozásobení vertikálně integrovaných síťových operátorů do  
825 vymezení tohoto velkoobchodního trhu. Přičemž pro zahrnutí samozásobení musí nastat jedna  
826 ze dvou následujících variant:

- 827
- 828 ▪ *Úřad samozásobení vezme v úvahu při zkoumání zastupitelnosti na straně*  
829 *poptávky po velkoobchodním vstupu, přičemž zohlední zejména skutečnost,*  
830 *zda lze s využitím velkoobchodních vstupů, poskytovaných vertikálně*  
831 *integrovanými operátory v rámci samozásobení, vytvořit velkoobchodní*  
832 *nabídku. V případě, že lze na základě těchto vstupů vytvořit velkoobchodní*  
833 *nabídku zastupitelné služby, Úřad zahrne samozásobení na relevantní trh s*  
834 *tím, že zohlední zejména kapacity jednotlivých poskytovatelů, ceny a*  
835 *regulační omezení.*
  - 836 ▪ *Úřad samozásobení zahrne do věcného vymezení trhu i tehdy, pokud na jeho*  
837 *základě nelze vytvořit velkoobchodní nabídku zastupitelné služby, ale*  
*(maloobchodní) služby poskytované na jeho základě na podřazeném trhu*

---

<sup>58</sup> Podle § 80 Zákona.

838 *vytváří významný konkurenční tlak na poskytovatele velkoobchodních služeb*  
839 *a omezují je tak v jejich jednání.*

840 Při posouzení konkrétní situace v ČR při vymezení předmětného velkoobchodního  
841 trhu, kdy jednotliví MNO na trhu nabízejí jak velkoobchodní služby přístupu pro třetí subjekty,  
842 tak vlastní maloobchodní služby v rámci samozásobení, Úřad konstatuje, že se jedná o první  
843 uvedenou variantu, tedy že lze s využitím velkoobchodních vstupů, poskytovaných vertikálně  
844 integrovanými operátory v rámci samozásobení, vytvořit velkoobchodní nabídku (zastupitelné  
845 služby).

846 Úřad tak na základě výše uvedeného zahrnuje samozásobení vertikálně  
847 integrovaných síťových operátorů do vymezeného velkoobchodního trhu mobilních služeb pro  
848 rezidentní zákazníky.

#### 849 **4 Územní vymezení**

850 Poskytovatelé služeb ve veřejných mobilních telefonních sítích neomezují svoji  
851 nabídku na vybrané regiony, ale nabízejí služby plošně na území celé České republiky.  
852 Jednotlivé služby jsou podnikateli ve veřejné mobilní síti poskytovány za stejných cenových  
853 podmínek v rámci celé České republiky. Soutěžní podmínky jsou na celém území České  
854 republiky dostatečně homogenní. Služby tedy nejsou nabízeny v jednotlivých regionech za  
855 odlišných podmínek.

856 Územním vymezením velkoobchodního trhu mobilních služeb pro rezidentní zákazníky  
857 ve veřejných mobilních telefonních sítích je území celé České republiky.

#### 858 **5 Časové vymezení**

859 Ve zkoumaném období využívají, pro poskytování služeb na vymezeném trhu,  
860 oprávnění k provozování veřejných mobilních sítí elektronických komunikací  
861 prostřednictvím technologií GSM, UMTS a LTE následující tři podnikatelské subjekty: O2, T-  
862 Mobile a Vodafone. Na trhu dále působí další subjekty – společnosti PODA a.s. a Nordic  
863 Telecom s oprávněním k provozování veřejných sítí elektronických komunikací pro  
864 poskytování služeb jak v pevném místě, tak služeb mobilních, které využívají kmitočty v pásmu  
865 3600 – 3800 MHz (nasazená technologie LTE). S ohledem na současné a očekávané využití  
866 těchto sítí ve výhledu 3 let především pro poskytování služeb v pevném místě Úřad  
867 nepředpokládá jejich významný vliv na situaci na vymezeném velkoobchodním trhu.

868 Úřad registruje předběžný zájem o účast ve výběrovém řízení na udělení práv  
869 k využívání rádiových kmitočtů v pásmu 700 MHz (a pro ostatní pásma, určená pro  
870 implementaci sítí 5. generace) – například ze strany společnosti Nordic Telecom a eventuálně  
871 dalších zájemců. Získání těchto kmitočtů, spolu s dalšími podmínkami aukce (např. tzv.  
872 národní roaming), by umožnil vstup či zahájení působnosti 4. plnohodnotného síťového  
873 operátora na trhu mobilních služeb v České republice. Úřad předpokládá, že tento krok by byl  
874 bezpochyby silným impulsem ke stimulaci dynamiky hospodářské soutěže na trhu mobilních  
875 služeb pro rezidentní zákazníky, ačkoliv jeho reálné dopady by bylo možno očekávat až za  
876 hranic časového vymezení analýzy.



877 Za rozhodující pro další vývoj trhu je možné považovat zejména masový rozvoj sítí LTE  
878 (LTE-A) a VoLTE, včetně koncových zařízení umožňujících VoLTE. V budoucnu pak rozvoj  
879 sítí 5. generace.

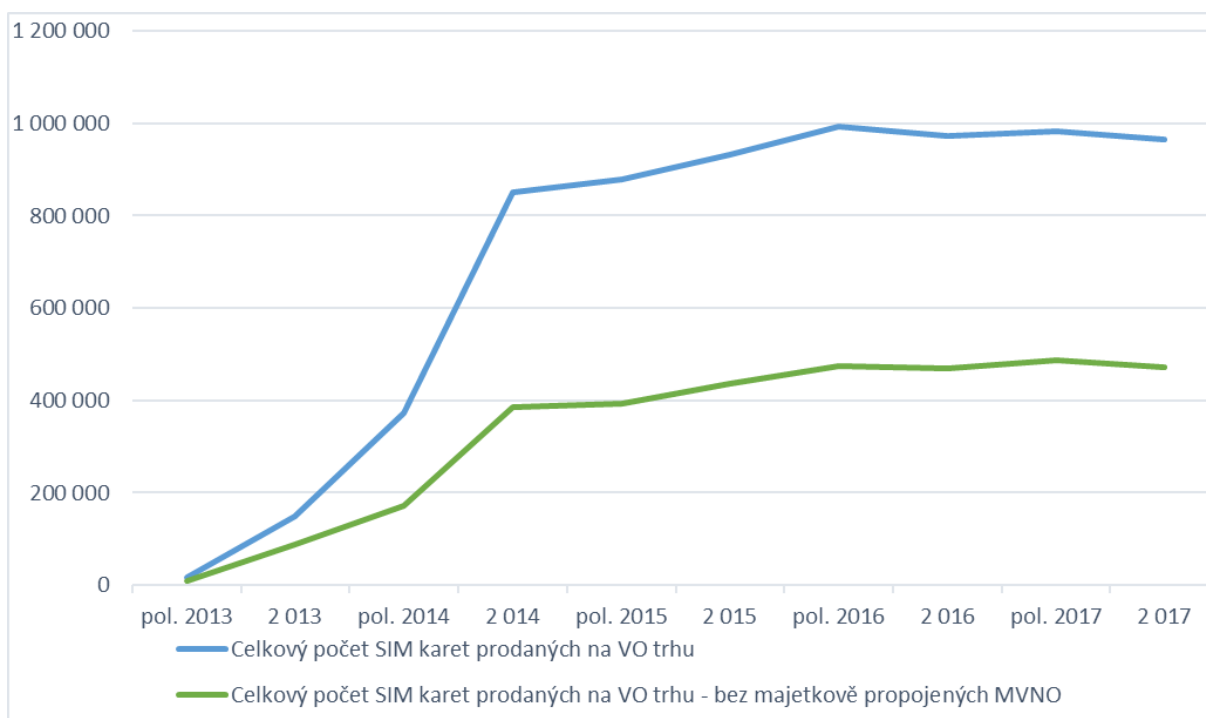
880 S ohledem na charakter trhu a očekávané promítnutí významných změn v jeho vývoji  
881 je časový rámec pro vymezení a analýzu trhu vymezen obdobím tří let. Současně Úřad bude  
882 vývoj na tomto trhu průběžně monitorovat, a pokud by došlo k zásadní změně směřování  
883 vývoje trhu v neprospěch hospodářské soutěže, je Úřad oprávněn k provedení analýzy v  
884 dřívějším období.

## 885 6 Vyhodnocení kritérií pro samostatnou významnou tržní sílu

### 886 6.1 Tržní podíly a jejich vývoj

887 Celkový počet SIM karet prodaných na velkoobchodním trhu byl ke konci roku 2017  
888 966 tisíc, jak ukazuje Graf č. 19. To znamená, že ke konci roku 2017 bylo přes velkoobchodní  
889 trh prodáno necelých 7 % SIM karet z celkového počtu SIM karet v ČR virtuálním operátorům.  
890 Lze si všimnout mírného poklesu ke konci roku 2016<sup>59</sup> a také na konci roku 2017. Z vývoje je  
891 tedy patrné, že zhruba od poloviny roku 2016 počet SIM karet prodaných na velkoobchodním  
892 trhu stagnuje či mírně klesá.

#### 893 Graf č. 19: Vývoj počtu SIM karet prodaných na velkoobchodním trhu



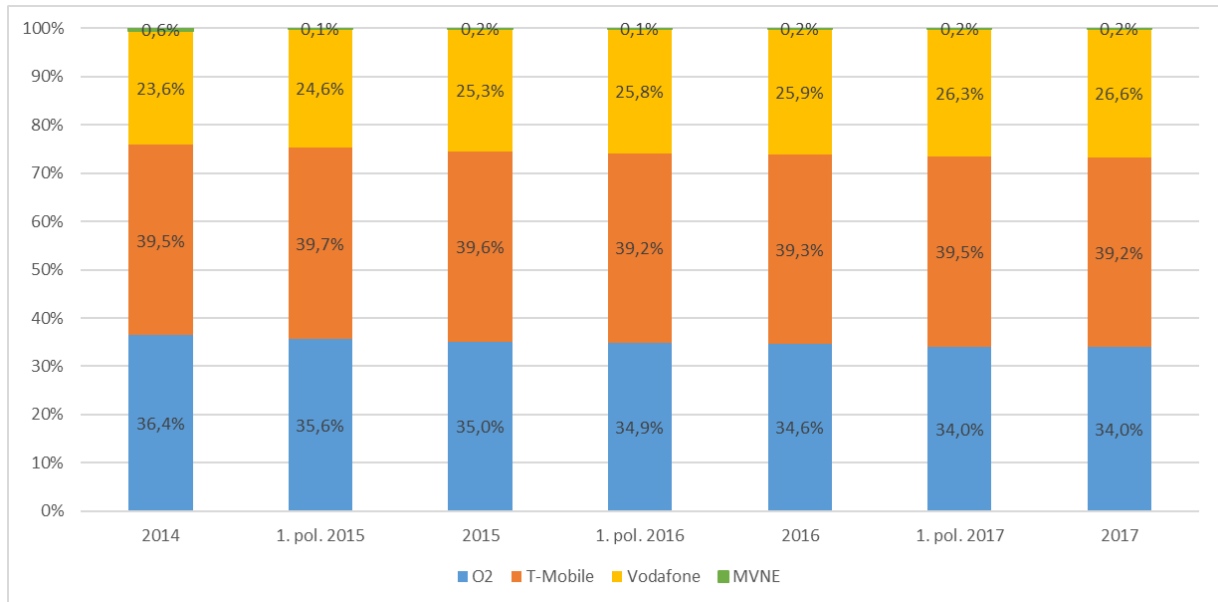
894 Zdroj: ČTÚ dle ESD  
895

896 Jak ukazuje Graf č. 20 největším poskytovatelem, se zahrnutím samozásobení, byla  
897 k 31. prosinci 2017 společnost T-Mobile s tržním podílem 39,2 %. Druhým největším

<sup>59</sup> Tento pokles byl způsoben společností DH Telecom, jejíž značku OpenCall se zákaznickou bází koupila společnost O2 (zákazníci byli postupně převáděni pod společnost O2, tento proces byl ukončen v průběhu dubna 2017).

898 poskytovatelem byla společnost O2 s 34,0 %. Třetím největším poskytovatelem pak byla  
 899 společnost Vodafone s 26,6 %. MVNE se zahrnutím samozásobení u MNO měli tržní podíl  
 900 pouze 0,2 %.

901 **Graf č. 20: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě velkoobchodně**  
 902 **prodáných aktivovaných SIM karet, včetně velkoobchodního přeprodeje se**  
 903 **zahrnutím samozásobení (k 31. 12. 2017)**

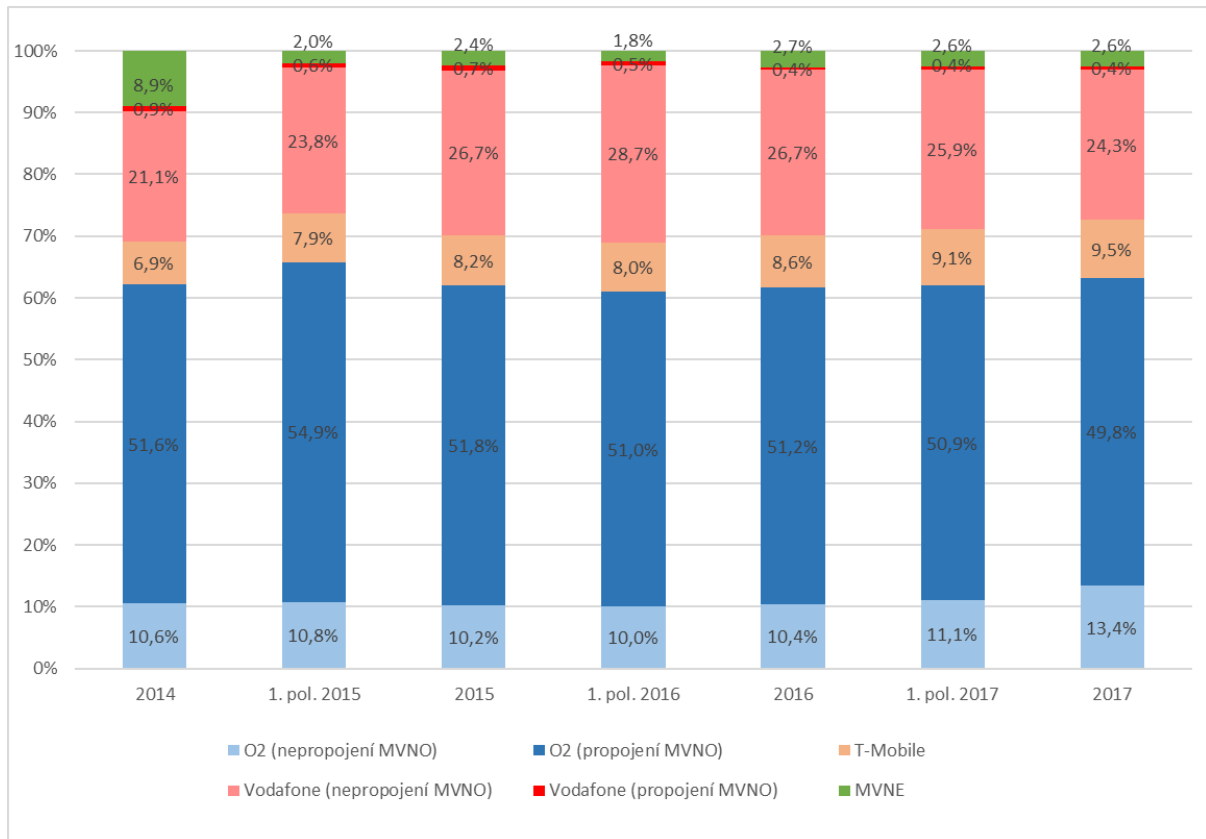


904  
 905 Zdroj: ČTÚ dle ESD

906 Graf č. 21 ukazuje situaci na velkoobchodním trhu na základě celkového počtu  
 907 velkoobchodně prodáných SIM karet, bez zahrnutí samozásobení, k 31. prosinci 2017.  
 908 Největším poskytovatelem byla společnost O2 s tržním podílem 63,2 % (z toho činí prodeje  
 909 majetkově nepropojeným MVNO 13,4 p. b. a prodeje majetkově propojeným MVNO 49,8  
 910 p. b.). Druhým největším poskytovatelem na základě počtu SIM karet byla společnost  
 911 Vodafone s 24,7 %. (z toho činí prodeje majetkově nepropojeným MVNO 24,3 p. b. a prodeje  
 912 majetkově propojeným MVNO 0,4 p. b.). Třetí, společnost T-Mobile, měla 9,5 %. Dále na trhu  
 913 působili i MVNE, jejich celkový podíl byl k 31. prosinci 2017 2,6 %.

914  
915  
916

**Graf č. 21: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě velkoobchodně prodaných aktivovaných SIM karet, včetně velkoobchodního přeprdeje bez zahrnutí samozásobení (k 31. 12. 2017)**



917  
918

Zdroj: ČTÚ dle ESD

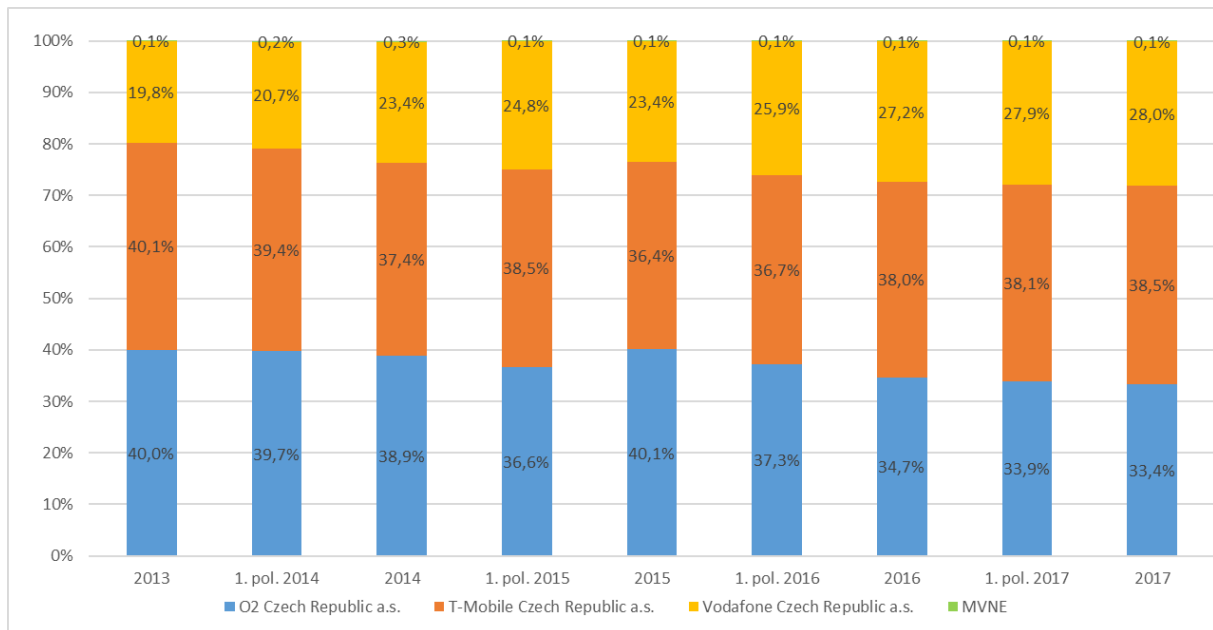
919 Úřad dále analyzoval tržní podíly na velkoobchodním trhu z pohledu jednotlivých služeb  
920 nabízených v mobilních sítích, jak ukazují následující grafy.

921 Jak ukazuje Graf č. 22, se zahrnutím samozásobení, má na základě objemu  
922 originovaných minut na velkoobchodním trhu k 31. prosinci 2017 největší tržní podíl společnost  
923 T-Mobile s 38,5 %, dále pak následuje O2 s 33,4 % a Vodafone s 28 %, a také MVNE s 0,1 %.  
924 Bez zahrnutí samozásobení, jak zobrazuje Graf č. 23, byla největším poskytovatelem  
925 společnost O2 s tržním podílem 81,5 %<sup>60</sup> (z toho činí prodeje majetkově nepropojeným MVNO  
926 9,0 p. b. a prodeje majetkově propojeným MVNO 72,5 p. b.). Dále na velkoobchodním trhu  
927 působila společnost Vodafone s 10,2 % (z toho činí prodeje majetkově nepropojeným MVNO  
928 10,1 p. b. a prodeje majetkově propojeným MVNO 0,1 p. b.). Dále T-Mobile s 5,9 % a MVNE  
929 s 2,4% tržním podílem. Mezi roky 2013 a 2015 si lze všimnout značného propadu podílu  
930 MVNE, což bylo dáno jednak tím, že do roku 2014 ještě na trhu působila jako MVNE  
931 společnost GTS Czech s.r.o., která zanikla fúzí se společností T-Mobile k 2. 1. 2015, a dále  
932 zejména skokově narůstajícími objemy velkoobchodních prodejů přímo ze strany MNO nově

<sup>60</sup> Toto je zapříčiněno především dceřinou společností O2 Family (největší MVNO, co do počtu SIM karet), které O2 poskytuje velkoobchodně služby na trhu mobilních služeb.

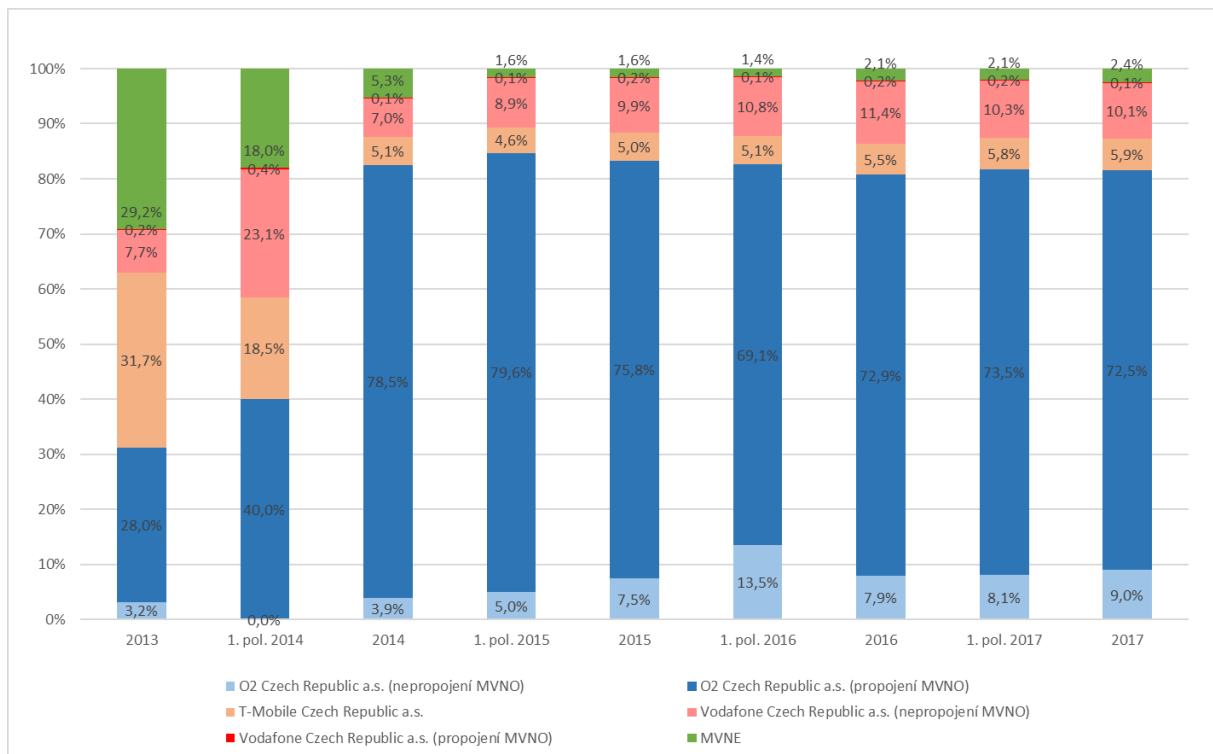
933 příchozím MVNO. V této souvislosti je možné zmínit zejména vstup majetkově propojených  
 934 MVNO s O2, tj. Tesco Mobile a O2 Family na trh v roce 2013, resp. 2014.

935 **Graf č. 22: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě objemu**  
 936 **originovaných minut, včetně velkoobchodního přeprdeje se zahrnutím**  
 937 **samožásobení (k 31. 12. 2017)**



938 Zdroj: ČTÚ dle ESD  
 939

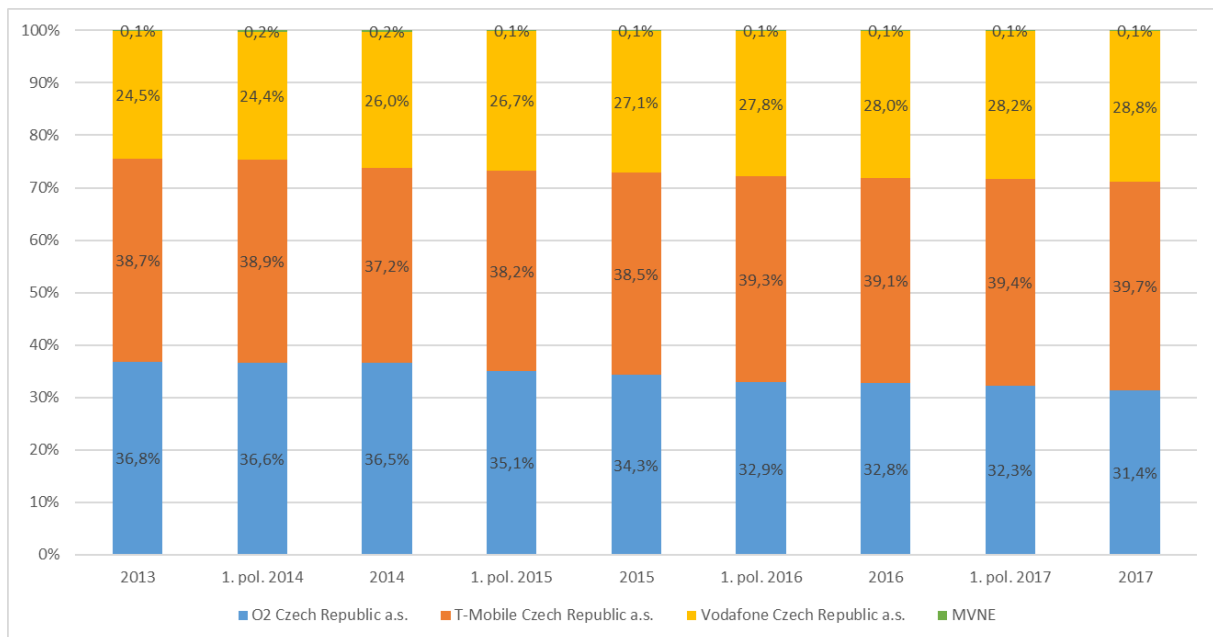
940 **Graf č. 23: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě objemu**  
 941 **originovaných minut, včetně velkoobchodního přeprdeje bez zahrnutí**  
 942 **samožásobení (k 31. 12. 2017)**



943 Zdroj: ČTÚ dle ESD  
 944

945 Jak ukazuje Graf č. 24, tak největší tržní podíl na velkoobchodním trhu, z pohledu  
 946 počtu odeslaných SMS, včetně samozásobení, měla k 31. prosinci 2017 společnost T-Mobile  
 947 s 39,7 %, poté následovaly společnosti O2 s 31,4 % a Vodafone s 28,8 %. Tržní podíl MVNE  
 948 byl 0,1 %. Jak ukazuje Graf č. 25, bez zahrnutí samozásobení, měla k 31. prosinci 2017  
 949 největší tržní podíl společnost O2 a to 82,1 % (z toho činí prodeje majetkově nepropojeným  
 950 MVNO 8,7 p. b. a prodeje majetkově propojeným MVNO 73,4 p. b.). Následovala společnost  
 951 Vodafone s 10,7 % (z toho činí prodeje majetkově nepropojeným MVNO 10,5 p. b. a prodeje  
 952 majetkově propojeným MVNO 0,2 p. b.). Další v pořadí byla společnost T-Mobile s 5,3 %.  
 953 MVNE dosahovali tržního podílu 1,9 %.

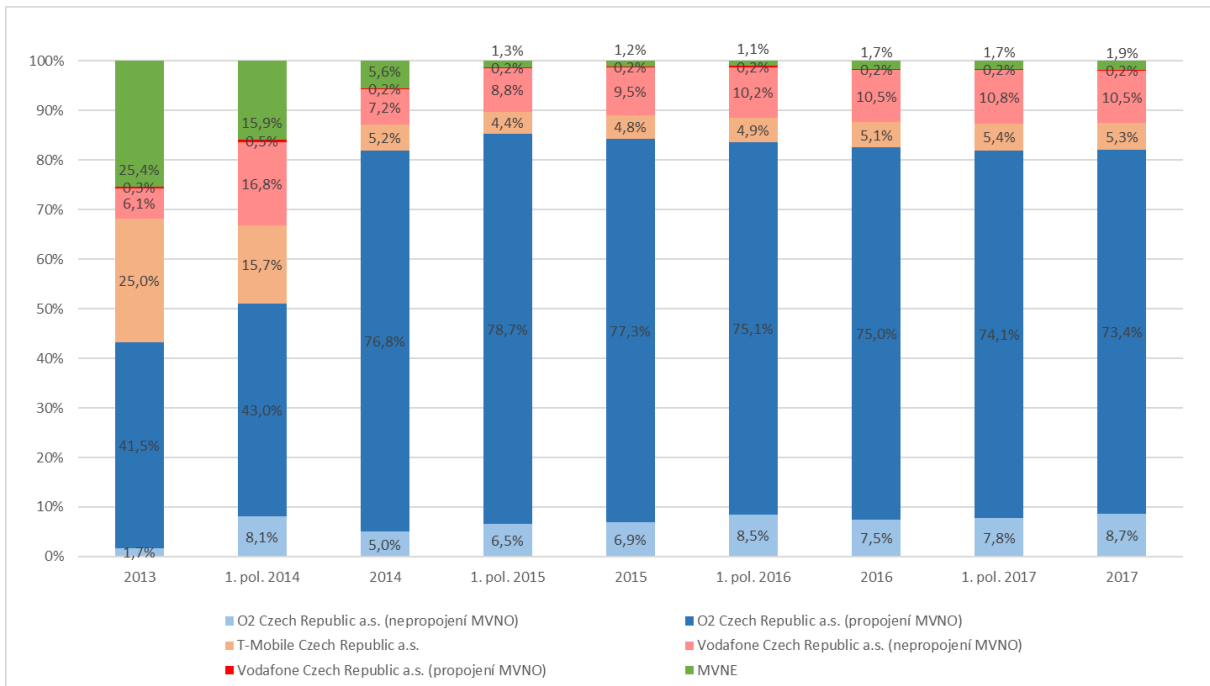
954 **Graf č. 24: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě počtu odeslaných**  
 955 **SMS, včetně velkoobchodního přeprave se zahrnutím samozásobení**  
 956 **(k 31. 12. 2017)**



957 Zdroj: ČTÚ dle ESD  
 958

959  
960  
961

**Graf č. 25: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě počtu odeslaných SMS, včetně velkoobchodního přepraveje bez zahrnutí samozásobení (k 31. 12. 2017)**



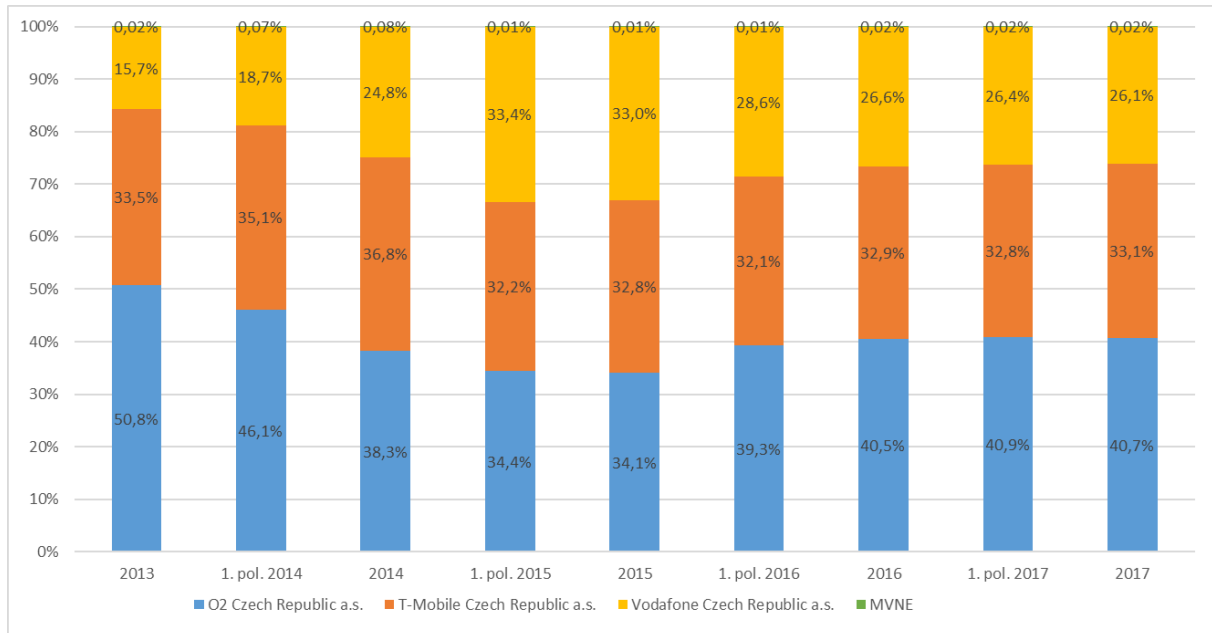
962  
963

Zdroj: ČTÚ dle ESD

964 Jak ukazuje Graf č. 26, na základě objemu přenesených dat, se zahrnutím  
965 samozásobení, má největší tržní podíl společnost O2 a to 40,7 %, následuje T-Mobile s 33,1 %  
966 a Vodafone s 26,1 %. MVNE mají 0,02 %. Graf č. 27 pak ukazuje, že na základě objemu  
967 přenesených dat, bez zahrnutí samozásobení, je největším poskytovatelem společnost O2  
968 s tržním podílem 90,1 % (z toho činí prodeje majetkově nepropojeným MVNO 5,3 p. b. a  
969 prodeje majetkově propojeným MVNO 84,8 p. b.). Následují společnosti Vodafone se 4,9 %,  
970 a T-Mobile s 4,3 %. MVNE dosáhli tržního podílu 0,6%. Pokud Úřad srovná data za období  
971 roku 2017 (viz Graf č. 27), tedy že objem velkoobchodně nakoupených dat je u majetkově  
972 propojených a nepropojených MVNO v poměru 5,8 : 1, s daty o počtech SIM karet majetkově  
973 propojených a nepropojených MVNO na segmentu A (poměr 1,88 : 1) a na segmentu  
974 B (poměr 0,38 : 1), je patrná značná disproporce mezi velkoobchodně nakupovanými daty ze  
975 strany majetkově propojených a nepropojených MVNO s ohledem na počet SIM karet, které  
976 mají v segmentech A a B. Z uvedených hodnot vyplývá, že majetkově propojení MVNO  
977 nakupují na velkoobchodním trhu zhruba šestinásobný objem dat oproti majetkově  
978 nepropojeným MVNO, přičemž mají vyšší počet SIM karet (a to jen zhruba dvojnásobný)  
979 pouze v segmentu A (v segmentu B mají nižší počet SIM). Lze tedy konstatovat, že SIM karty  
980 majetkově propojených MVNO v segmentu A mají zhruba trojnásobnou spotřebu dat oproti  
981 SIM kartám majetkově nepropojených MVNO. V segmentu B je tato disproporce ještě větší.  
982 Na základě informací Úřadu o typech velkoobchodních smluv, kterými disponují majetkově  
983 propojení a nepropojení MVNO, nelze konstatovat, že by propojení MVNO byli zvýhodněni  
984 nižší jednotkovou cenou za mobilní data oproti nepropojeným MVNO. Významnou roli  
985 v objemu velkoobchodně nakoupených dat majetkově propojených MVNO sehrává společnost

986 O2 Family, která jednak využívá tzv. kapacitní model<sup>61</sup> velkoobchodní smlouvy a současně  
 987 obsluhuje specifický typ zákazníků<sup>62</sup>, u nichž se mohou potřeby konzumace mobilních služeb  
 988 odlišovat od obvyklých potřeb zákazníků majetkově nepropojených MVNO.

989 **Graf č. 26: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě objemu**  
 990 **přenesených dat, včetně velkoobchodního přeprdeje se zahrnutím**  
 991 **samozásobení (k 31. 12. 2017)**



992  
 993

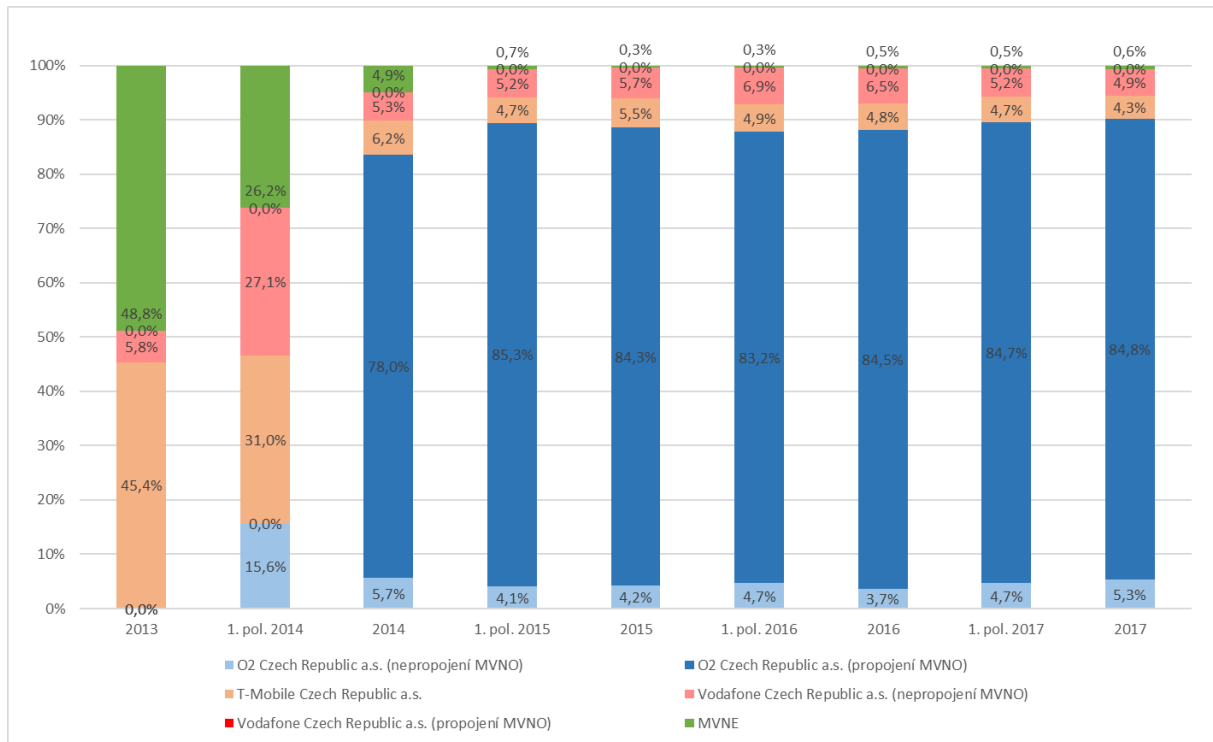
Zdroj: ČTÚ dle ESD

<sup>61</sup> Kapacitní model, který využívá společnost O2 Family, popisuje Úřad v Závěru ke kapitole 6.2. (Obdobný model využívá i MVNO Tesco Mobile)

<sup>62</sup> Jedná se primárně o zákazníky, využívající výhod zaměstnaneckých programů a nabídek vybraným uzavřeným komunitním skupinám – jde např. o rodinné příslušníky firemních zákazníků O2.

994  
995  
996

**Graf č. 27: Vývoj tržních podílů na velkoobchodním trhu na základě objemu přenesených dat, včetně velkoobchodního přeprave bez zahrnutí samozásobení (k 31. 12. 2017)**



997  
998

Zdroj: ČTÚ dle ESD

### 999 **Závěr ke kapitole 6.1 Tržní podíly a jejich vývoj:**

1000 Při hodnocení situace ze strany Úřadu na celém velkoobchodním trhu, tj. včetně  
1001 samozásobení MNO (viz Graf č. 20, Graf č. 22, Graf č. 24, Graf č. 26), je zřejmé, že žádný ze  
1002 stávajících poskytovatelů nedosahuje samostatně takového tržního podílu, který by mu  
1003 umožňoval chovat se ve značné míře nezávisle na konkurenci, zákaznících a spotřebitelích.  
1004 Při hodnocení tržní situace na základě tržních podílů bez zahrnutí samozásobení MNO (viz  
1005 Graf č. 21, Graf č. 23, Graf č. 25, Graf č. 27), je patrné, že významným poskytovatelem služeb  
1006 na velkoobchodní úrovni je ke konci roku 2017 společnost O2 Czech Republic, jejíž tržní podíl  
1007 z hlediska velkoobchodně prodaného počtu SIM karet, prodaných minut, SMS a mobilních dat  
1008 se pohybuje zhruba mezi 63 a 90 %. Tyto poměrně vysoké hodnoty ovšem vypovídají pouze  
1009 o malé části trhu (odpovídající souhrnnému tržnímu podílu virtuálních operátorů), neboť  
1010 nezahrnují zmíněné samozásobení síťových operátorů.

1011 Úřad rovněž hodnotil i stálost tržních podílů u jednotlivých poskytovatelů. Z výše  
1012 uvedených grafů je patrné, že ačkoliv výše tržních podílů z hlediska velkoobchodního prodeje  
1013 minut, SMS a dat se zpravidla u jednotlivých poskytovatelů v průběhu času mění<sup>63</sup>, je  
1014 současně zřejmé, že dynamika **velkoobchodního prodeje SIM karet** z hlediska tržních podílů  
1015 (viz Graf č. 20) je poměrně malá a přesuny mezi jednotlivými poskytovateli nenaznačují

<sup>63</sup> Například tržní podíl společnosti O2 podle velkoobchodně prodaných datových jednotek se za poslední čtyři roky snížil o 10 procentních bodů a naopak tržní podíl společnosti Vodafone za stejné období o více než 10 procentních bodů vzrostl, jak ukazuje Graf č. 26.

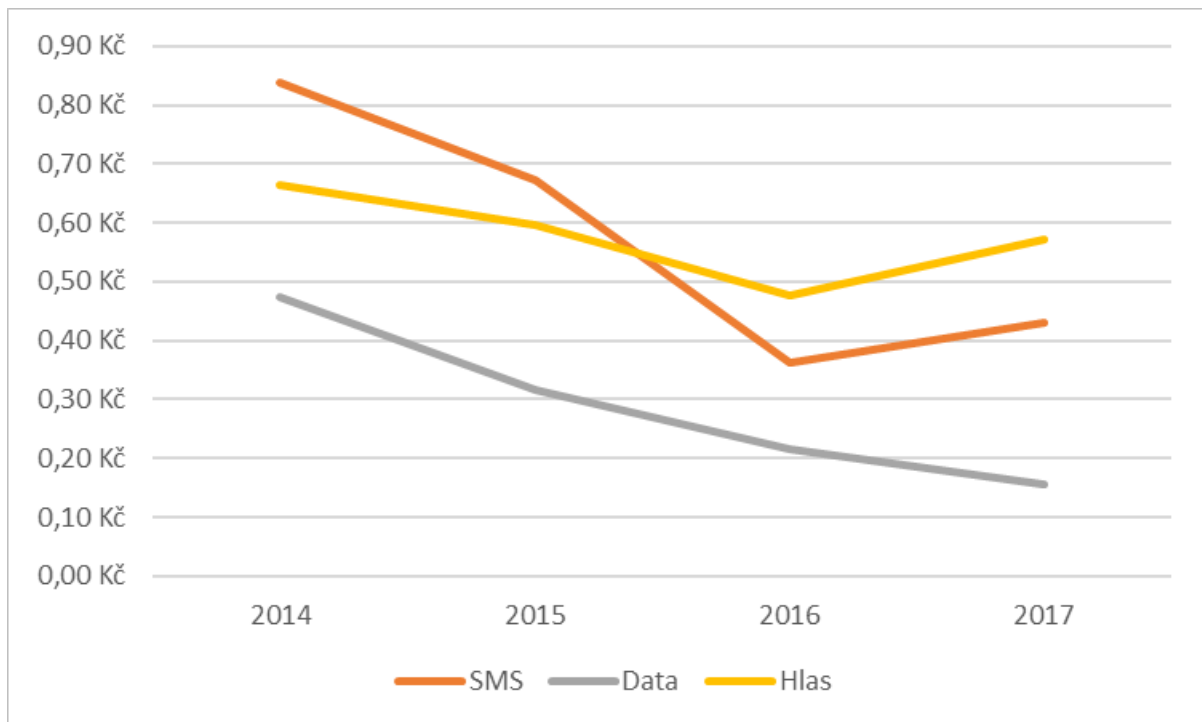


1016 rozvinutou hospodářskou soutěž. Z uvedeného grafu je patrné, že společnost T-Mobile si  
1017 během celého sledovaného období bez výraznějšího výkyvu prakticky podržela svůj tržní podíl  
1018 (pokles o 0,3 procentního bodu). A přesun odběratelů se odehrál především mezi  
1019 společnostmi Vodafone a O2 a to o v rozsahu 2,4 procentního bodu za období čtyř let. Tržní  
1020 podíl MVNE, a to i z hlediska jeho vývoje, je zanedbatelný a pohybuje se v řádu desetin  
1021 procenta.

## 1022 6.2 Hodnocení cenové konkurence na vymezeném velkoobchodním trhu

1023 Vývojem velkoobchodních cen se Úřad zabýval již v T3K, ve kterém konstatoval, že  
1024 „pokles cenové hladiny probíhá i na velkoobchodním trhu, kdy lze od roku 2014 sledovat  
1025 klesající jednotkovou cenu jak u hlasových a SMS služeb, tak u datových služeb“. Toto  
1026 celkové hodnocení se z pohledu Úřadu nezměnilo a je ilustrováno ve vývoji, doplněném o rok  
1027 2017, viz Graf č. 28, a to zejména s ohledem na dále klesající cenu datových služeb, i přes  
1028 meziroční zvýšení průměrné ceny minuty hovoru a SMS oproti roku 2016<sup>64</sup>.

1029 **Graf č. 28: Vývoj průměrných velkoobchodních cen za hovory (min.), SMS, a data**  
1030 **(MB)<sup>65</sup>**



1031 Zdroj: ČTÚ dle ESD  
1032

1033 V T3K a v analýze se Úřad dále zaměřil na hlubší posouzení velkoobchodních nabídek,  
1034 a zejména na hodnocení, v jaké míře si subjekty působící na velkoobchodním trhu vzájemně

<sup>64</sup> Ve srovnání s rokem 2014 je v roce 2017 cena minuty stále o 14 % nižší a cena SMS o 49 % nižší. Současně je zřejmé (viz Graf č. 29 a Graf č. 30), že ke zvýšení průměrné ceny oproti roku 2016 došlo pouze u jedné společnosti, a to **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ**.

<sup>65</sup> Za období let 2014 a 2015 není zahrnuta společnost O2 z důvodu její neschopnosti, s ohledem na cenovou strukturu vlastních velkoobchodních nabídek (smluv), rozdělit velkoobchodní tržby dle jednotlivých služeb.

1035 konkurují. A to především s ohledem na možnost MVNO zvolit si na velkoobchodním trhu  
1036 cenově výhodnějšího partnera.

1037 V následujících grafech (Graf č. 29, Graf č. 30, Graf č. 31) Úřad uvádí srovnání cen<sup>66</sup>  
1038 jednotlivých služeb, tj. hovorů, SMS a mobilních dat, ve vývoji u subjektů působících na  
1039 velkoobchodním trhu. K uvedeným grafům je však nutné poznamenat, že do vývoje  
1040 průměrných velkoobchodních cen Úřad nemohl až do roku 2016 zahrnout údaje za společnost  
1041 O2, jelikož tato společnost nebyla schopna, s ohledem na cenovou strukturu svých  
1042 velkoobchodních nabídek (smluv), rozdělit velkoobchodní tržby dle jednotlivých služeb. Úřad  
1043 je proto schopen vykázat průměrné velkoobchodní ceny jednotlivých mobilních služeb za celý  
1044 trh (tedy i se zahrnutím O2) až od roku 2016, kdy Úřad společnosti O2 stanovil metodiku, jak  
1045 tržby za jednotlivé služby vykazovat. K uvedenému je nutné poznamenat, že společnost O2  
1046 zastává stanovisko, že nadále není schopna reportovat reálné tržby dle jednotlivých služeb.  
1047 Činí tak pouze na základě pokynu a metodiky Úřadu, tedy na základě uměle vytvořeného  
1048 koeficientu, který ale z jejího pohledu neodpovídá realitě<sup>67</sup>. Úřad však zastává stanovisko, že  
1049 pro vzájemnou porovnatelnost hodnot za jednotlivé operátory je toliko nezbytné zajistit, aby  
1050 v rámci sběru dat byla všemi subjekty používána stejná alokační pravidla. Z tohoto důvodu

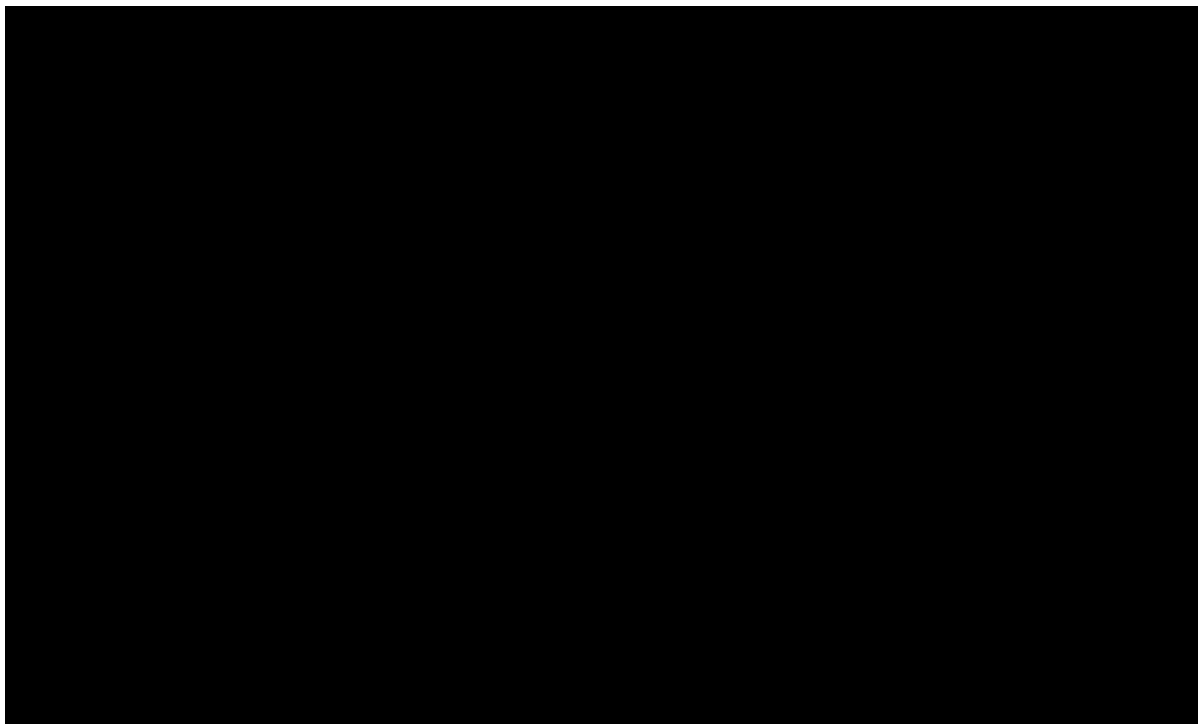
---

<sup>66</sup> Jedná se o průměrné ceny vypočtené z cen účtovaných ze strany MNO/MVNE virtuálním operátorům za velkoobchodně nakupované služby. V těchto průměrných cenách není zahrnuto samozásobení MNO, neboť u takto poskytovaných služeb k nákupu služeb na velkoobchodním trhu fakticky nedochází a nejsou tudíž k dispozici související ceny, které by byly fakturovány a ze strany MNO vykazovány v elektronickém sběru dat.

<sup>67</sup> Viz [Vypořádání připomínek uplatněných k návrhu testu tří kritérií pro Trh mobilních služeb](#), str. 45.

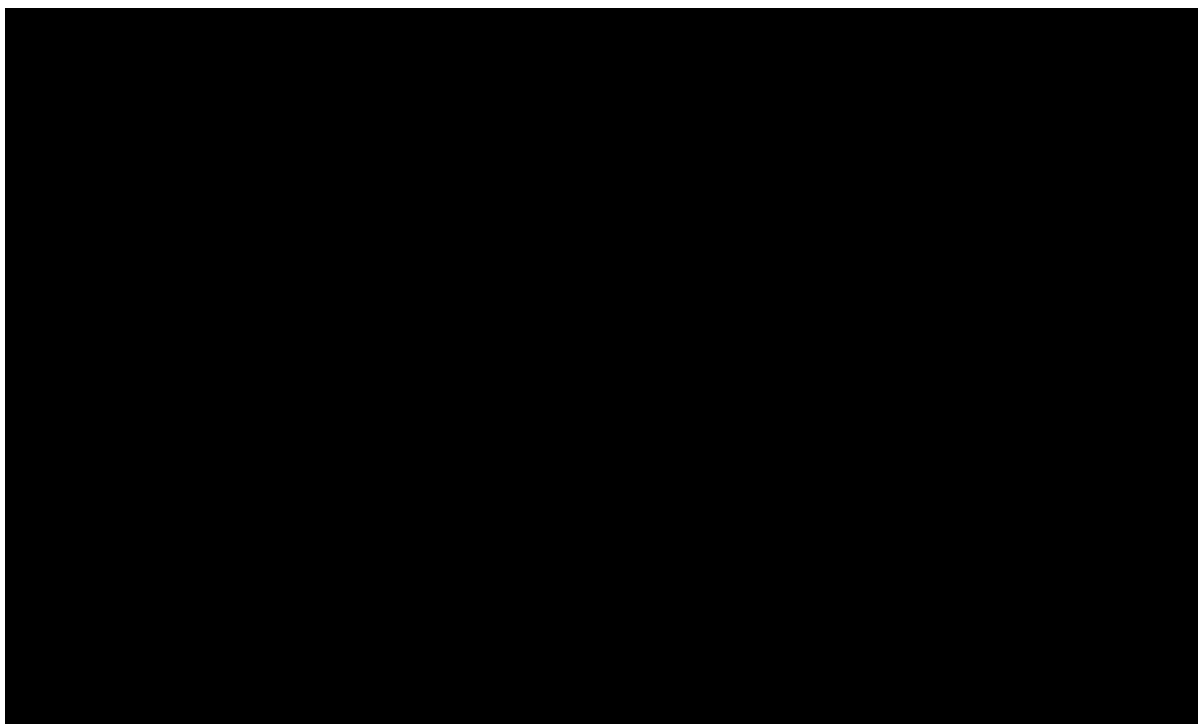
1051 stanovil společnosti O2 pro vykazování údajů výše uvedenou metodiku. Současně si je Úřad  
1052 vědom potřeby interpretovat takto získaná data v příslušném kontextu.

1053 **Graf č. 29: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Vývoj průměrné ceny za minutu hovoru na**  
1054 **velkoobchodním trhu u poskytovatelů**



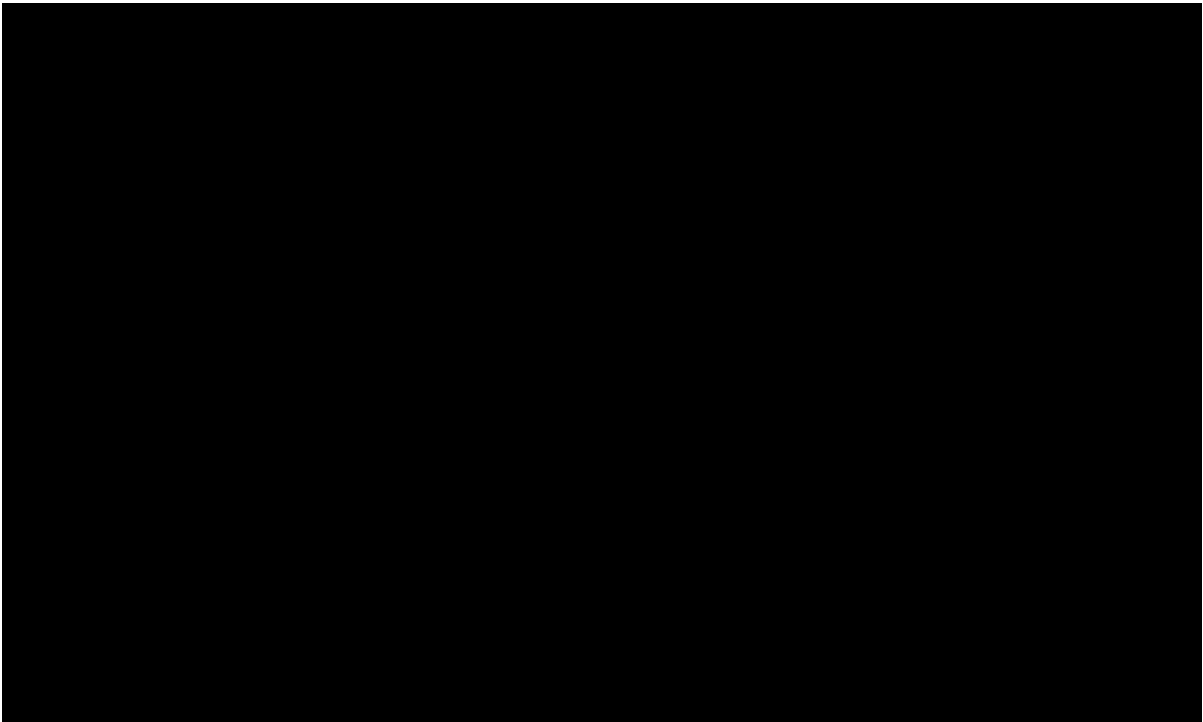
1055  
1056 Zdroj: ČTÚ dle ESD

1057 **Graf č. 30: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Vývoj průměrné ceny za SMS na velkoobchodním**  
1058 **trhu u poskytovatelů**



1059  
1060 Zdroj: ČTÚ dle ESD

1061 **Graf č. 31: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Vývoj průměrné ceny za MB dat na**  
1062 **velkoobchodním trhu u poskytovatelů**



1063  
1064 Zdroj: ČTÚ dle ESD

1065 **Tab. č. 10: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Průměrné velkoobchodní ceny za rok 2017**  
1066 **u poskytovatelů**

	Hlas (min.)	SMS	Data (MB)
<b>O2</b>			
<b>T-Mobile</b>			
<b>Vodafone</b>			
<b>MVNE</b>			
<b>Průměr</b>	<b>0,57 Kč</b>	<b>0,43 Kč</b>	<b>0,16 Kč</b>

1067  
1068 Zdroj: ČTÚ dle ESD

1069 Z uvedených grafů (Graf č. 29, Graf č. 30, Graf č. 31) a rovněž z Tab. č. 10, je patrné,  
1070 že průměrné velkoobchodní ceny za mobilní služby se u jednotlivých poskytovatelů v průběhu  
1071 sledovaného období zpravidla liší. Pro virtuální operátory, v návaznosti na rozdílné  
1072 velkoobchodní ceny subjektů působících na tomto trhu, tak existuje teoretická možnost změnit  
1073 velkoobchodního poskytovatele služeb z důvodu výhodnější velkoobchodní ceny, pokud by  
1074 současně v rámci svého individuálního posouzení daný MVNO vyhodnotil i další aspekty  
1075 změny jako pro něj příznivé (charakter komerční smlouvy, kvalita mobilní sítě, náklady na  
1076 změnu atd.). Úřad však k tomuto dodává, že mu není znám případ, kdy by ze strany  
1077 MVNO/MVNE došlo ke změně velkoobchodního poskytovatele mobilních služeb. Na trhu však  
1078 působí MVNO, kteří mají uzavřenu smlouvu o poskytování služeb s vícero velkoobchodními  
1079 poskytovateli současně. S ohledem na cenovou variabilitu komerčních velkoobchodních  
1080 smluv, tak dle názoru Úřadu jsou hlavním limitujícím faktorem organizační a technické aspekty  
1081 migrace zákaznické báze MVNO mezi MNO/MVNE na velkoobchodní úrovni, které mj.

1082 zahrnují i výměnu SIM karet u všech zákazníků daného MVNO, tedy nutnost zkoordinovat  
1083 proces přechodu z jedné sítě do druhé se všemi zákazníky současně, což může být z pohledu  
1084 MVNO vnímáno jako značný problém. Tento druh organizačně-technických překážek však  
1085 není Úřad nástroji, kterými disponuje, schopen eliminovat. V tomto ohledu (tj. změně  
1086 velkoobchodního partnera) mají snazší pozici MVNO působící v roli plnohodnotných (full)  
1087 MVNO, u kterých jsou tyto technicko-administrativní požadavky minimalizovány, neboť při  
1088 změně velkoobchodního partnera nemusí docházet k výměně SIM karet u koncových  
1089 uživatelů. V této souvislosti Úřad poznamenává, že doposud působil v České republice v roli  
1090 full MVNO jeden subjekt, a to společnost Vectone Distribution Czech Republic s.r.o.<sup>68</sup>, která  
1091 provozovala virtuálního operátora *Vectone Mobile*, jež však k 14. květnu 2018 oznámila Úřadu  
1092 ukončení poskytování služeb elektronických komunikací.

1093 **Závěr ke kapitole 6.2 Hodnocení cenové konkurence na vymezeném velkoobchodním**  
1094 **trhu:**

1095 Poté, co Úřad posoudil velkoobchodní ceny u jednotlivých poskytovatelů, konstatuje  
1096 jejich rozdílnost a rovněž tedy teoretickou možnost pro MVNO změnit velkoobchodního  
1097 partnera z důvodu výhodnějších cenových podmínek. Ze srovnání vyplývá, že výhodnější ceny  
1098 lze zpravidla vyjednat přímo se síťovými operátory a to platí zejména pro období od roku 2015.  
1099 Specificky u datových služeb lze pozorovat cenovou konvergenci velkoobchodních  
1100 poskytovatelů **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** [redacted], **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** [redacted]

1101 a MVNE v roce 2017. **ZAČÁTEK** **OBCHODNÍHO** **TAJEMSTVÍ**

1102 [redacted]  
1103 [redacted]  
1104 [redacted]  
1105 [redacted]  
1106 [redacted]  
1107 [redacted]  
1108 [redacted]  
1109 [redacted]  
1110 [redacted]  
1111 [redacted]  
1112 [redacted]  
1113 [redacted]  
1114 [redacted]  
1115 [redacted]  
1116 [redacted]  
1117 [redacted]  
1118 [redacted]  
1119 [redacted]  
1120 [redacted]  
1121 [redacted]  
1122 [redacted]  
1123 [redacted]

---

<sup>68</sup> Dříve Mundio Distribution Czech Republic s.r.o.

<sup>69</sup> **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** [redacted]

1124 [REDACTED]  
1125 [REDACTED]  
1126 [REDACTED]  
1127 [REDACTED]  
1128 [REDACTED]  
1129 [REDACTED] KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ.

1130 Rovněž z hlediska hodnocení dalších podmínek uzavřených komerčních smluv mezi  
1131 MNO/MVNE a MVNO, jak je Úřad analyzoval v provedeném T3K, vyplývá značná variabilita  
1132 posuzovaných smluvních ujednání, resp. typů uzavíraných smluv, které jsou následně  
1133 podkladem pro nabídky a poskytování mobilních služeb na trhu. Lze tak dovozovat, že  
1134 variabilita v nastavení smluvních podmínek<sup>70</sup> motivuje MVNO vybrat si toho MNO/MVNE, který  
1135 nejlépe vyhovuje jejich obchodnímu záměru. Tuto skutečnost Úřad shledává jako prostředek  
1136 pro posilování konkurence na velkoobchodním a přeneseně i maloobchodním trhu.

1137 Úřadu není známo, že by některý z MVNO v současné době nabízel na  
1138 maloobchodním trhu speciální datové balíčky typu StreamOn nebo Pass, ani že by některý  
1139 z MVNO projevil vůči svému velkoobchodnímu partnerovi zájem o tento typ služeb, včetně  
1140 možné implementace takovéto nabídky v rámci velkoobchodního vztahu.

### 1141 **6.3 Další kritéria hodnocení samostatné významné tržní síly**

1142 Vedle hodnocení tržních podílů a jejich vývoje se Úřad zabýval i vyhodnocením dalších  
1143 kritérií, na základě nichž hodnotil možnou samostatnou významnou tržní sílu subjektů,  
1144 působících na velkoobchodním trhu mobilních služeb.

1145 Z hlediska celkové velikosti podniků, měřeno kritérii jako jsou počet zákazníků (resp.  
1146 SIM karet), tržby za prodané mobilní služby, vertikální integrace, nabídky dalších služeb  
1147 (fixních, TV apod.), využívané rádiové kmitočty (pro zajišťování mobilních sítí), finanční síla,  
1148 počet zaměstnanců, Úřad konstatuje, že všichni tři síťoví operátoři – tj. T-Mobile, O2  
1149 a Vodafone jsou na srovnatelné úrovni, a nelze říci, že by některý z nich oproti svým  
1150 konkurentům disponoval nepoměrně většími výhodami, jako např. většími výnosy z rozsahu  
1151 a ze šíře sortimentu, větší kapacitou sítě, vyšší kupní silou apod.

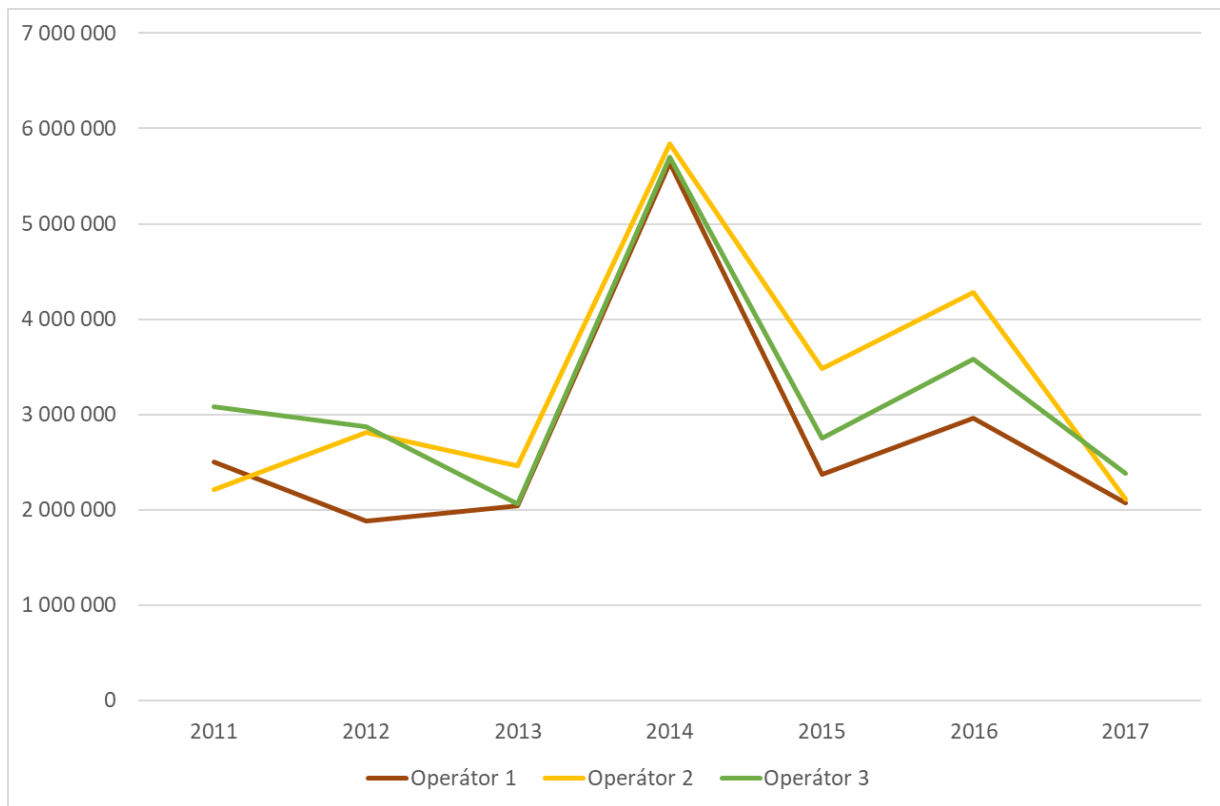
1152 Současně všichni tři síťoví operátoři disponují srovnatelnou nesnadno duplikovatelnou  
1153 infrastrukturou, nezbytnou pro poskytování služeb v mobilních sítích, která není dostupná  
1154 konkurenčním subjektům (např. typu MVNE) na velkoobchodním trhu. Při hodnocení mobilních  
1155 sítí jednotlivých síťových operátorů nelze rovněž u žádného z nich nalézt technologickou  
1156 výhodu či převahu, která by mu umožňovala přednostní, popřípadě výlučný přístup k vyspělým  
1157 technologiím, ke kterým by ostatní subjekty přístup neměly. O tom ostatně vypovídá  
1158 i srovnatelná struktura investičních nákladů, které jednotliví síťoví operátoři v průběhu času  
1159 vynakládají, jak zobrazuje Graf č. 32.

---

<sup>70</sup> Typicky rozdílná cenová struktura převládající u daného MNO, která s ohledem na konkrétní obchodní plány může různým MVNO vyhovovat různě (MVNO cílíci přednostně na segment trhu s předplacenými kartami a nižší spotřebou mobilních služeb bude upřednostňovat velkoobchodní ceny za každou spotřebovanou jednotku dané služby, zatímco MVNO mající záměr nabízet balíčky služeb bude spíše upřednostňovat nákup balíčků služeb i na velkoobchodě). Cenová struktura komerčně uzavřených velkoobchodních smluv je tedy různá a umožňuje účtování po spotřebovaných jednotkách, po odebraných balíčcích anebo i paušální částkou za měsíc (tzv. kapacitní model). Někteří MVNO mají smlouvu uzavřenou s více MNO.

1160

1161 **Graf č. 32: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Investiční výdaje do hmotných a nehmotných**  
1162 **aktiv mobilních sítí (v tisících Kč bez DPH)<sup>71</sup>**



1163

1164 Zdroj: ČTÚ dle ESD

1165 Společnosti Vodafone a T-Mobile patří do silných nadnárodních telekomunikačních  
1166 korporací a O2 poté patří do silné finanční skupiny PPF, která se též mimo jiné zaměřuje na  
1167 telekomunikační trhy. O žádném ze tří síťových operátorů tak nelze tvrdit, že by samostatně  
1168 disponoval snadnějším nebo privilegovanějším přístupem k finančním zdrojům či kapitálovým  
1169 trhům, případně, že by portfolio jeho služeb bylo výrazně diverzifikovanější či komplexnější  
1170 oproti jeho konkurentům.

1171 Stejně tak žádný ze síťových operátorů nedisponuje podstatně rozvinutější distribuční  
1172 a prodejní sítí oproti dalším soutěžitelům na velkoobchodním trhu a současně všichni tři síťoví  
1173 operátoři jsou vertikálně integrováni a působí tak shodně jak na velkoobchodním, tak na  
1174 maloobchodním trhu.

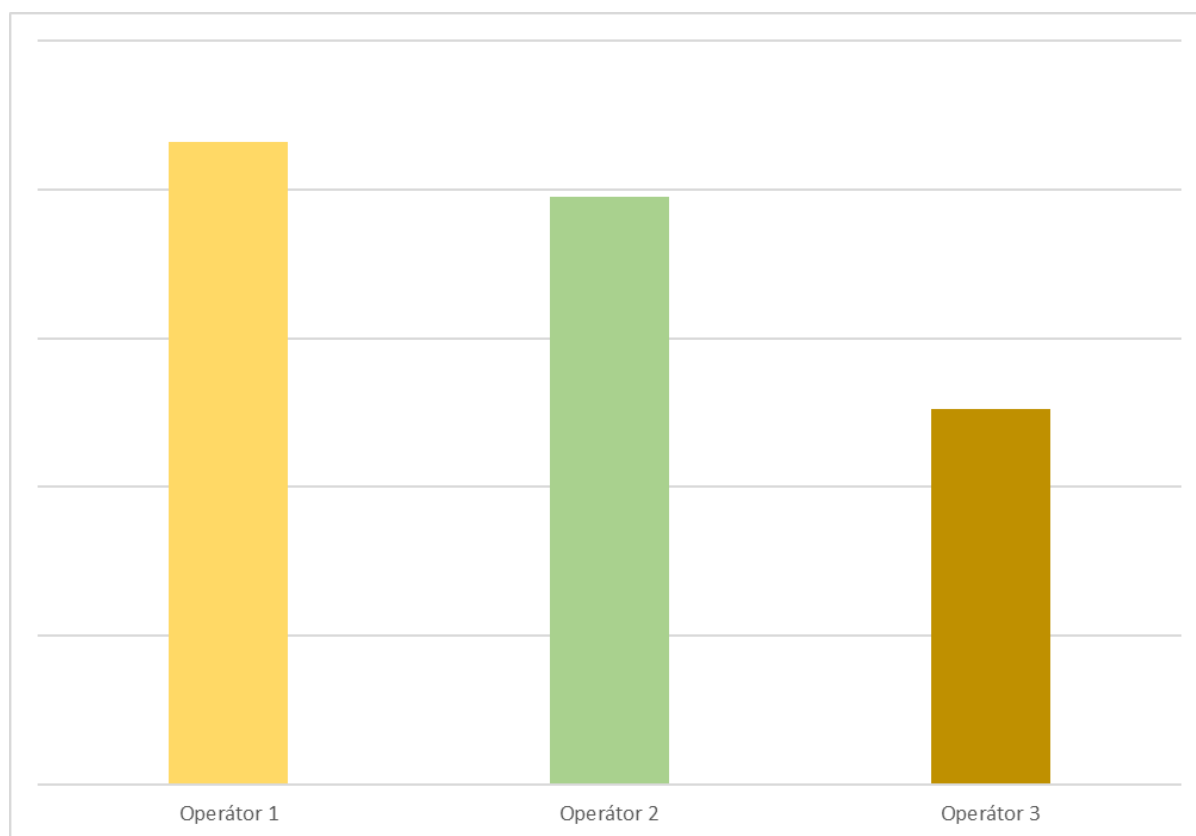
1175 Ani při srovnání tržeb síťových operátorů (viz Graf č. 33 a Graf č. 34) s ohledem na  
1176 jejich tržní podíly na velkoobchodním a maloobchodním trhu Úřad nedospěl k závěru, že by  
1177 některý z nich byl samostatně v pozici s významnou tržní silou.

---

<sup>71</sup> U společnosti O2 do roku 2014 investice pouze za tuto společnost, od roku 2015 investice za společnosti O2 a CETIN (po rozdělení O2 na tyto dvě nástupnické společnosti). O2 využívá mobilní síť CETINu, ale též samo investuje do své části sítě.

1178  
1179

**Graf č. 33: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Tržby za služby poskytované v mobilní síti na maloobchodní a velkoobchodní úrovni (v tis. Kč bez DPH) v roce 2017**



1180

1181 Zdroj: ČTÚ dle ESD

#### 1182 **6.4 Závěr k vyhodnocení kritérií pro samostatnou významnou tržní sílu**

1183 Po vyhodnocení kritérií posuzujících samostatnou významnou tržní sílu Úřad na  
1184 velkoobchodním trhu mobilních služeb v České republice neshledal působnost takového  
1185 subjektu, který by byl v pozici umožňující mu chovat se ve značné míře nezávisle na ostatních  
1186 soutěžitelích či zákaznících a spotřebitelích.

#### 1187 **7 Vyhodnocení kritérií pro společnou významnou tržní sílu**

1188 Poté, co Úřad neshledal, že by v České republice na vymezeném velkoobchodním trhu  
1189 mobilních služeb působil samostatný subjekt s významnou tržní silou, analyzoval trh z hlediska  
1190 nalezení možné společné významné tržní síly tvořené více subjekty, a to společné významné  
1191 tržní síly všech tří síťových operátorů – O2, T-Mobile a Vodafone.

1192 Otázku, zda na dotčeném trhu disponují společnou významnou tržní silou subjekty,  
1193 mezi kterými neexistují strukturální nebo podobné vazby, Úřad posuzuje na základě [Metodiky](#)  
1194 [analýz relevantních trhů](#), která v této věci vychází z kritérií Airtours. Těmto třem kritériím  
1195 předchází vyhodnocení, zda je trh způsobilý k tomu, aby na něm došlo k tacitní koluzi mezi  
1196 účastníky trhu. Úřad tak zkoumá, zda jsou kumulativně splněna níže uvedená kritéria  
1197 stanovená rozhodovací praxí SDEU a Evropské komise, a to konkrétně, že:

1198 1) *trh je způsobilý k tomu, aby na něm došlo k tacitní koluzi mezi účastníky trhu,*



- 1199 2) *trh je dostatečně transparentní na to, aby bylo možné identifikovat odklon od společné*  
1200 *strategie,*  
1201 3) *existuje účinné odvetné opatření, které slouží k zajištění trvalosti/dlouhodobosti*  
1202 *společné strategie,*  
1203 4) *reakce mimo stojících konkurentů a spotřebitelů není dostatečná k ohrožení výsledků*  
1204 *společného postupu/společné strategie.*

1205 Výše uvedená kritéria vyplývající z rozhodnutí SDEU ve věci *Airtours*, směřují  
1206 k prokázání, že koordinace mezi podniky a jejich společná významná tržní síla je udržitelná  
1207 a dostatečně trvalá, aby dokázala omezit hospodářskou soutěž. Jsou prokazována na základě  
1208 dílčích kritérií, u kterých již neplatí podmínka kumulativního splnění dílčích kritérií pro  
1209 konstataci naplnění jednotlivých hlavních kritérií.

1210 Pokud se však Úřadu nepodaří prokázat **kumulativní naplnění výše uvedených**  
1211 **kritérií**, pak společnou strategii ve formě tacitní koluze, a tudíž ani společnou významnou tržní  
1212 sílu, nebude zpravidla možné na dotčeném trhu nalézt<sup>72</sup>.

## 1213 7.1 Způsobnost trhu k tacitní koluzi

1214 Úřad nejprve posuzoval, zda je vymezený trh mobilních služeb v České republice  
1215 způsobilý k tacitní koluzi. Pro tento účel provedl vyhodnocení níže uvedených kritérií.

### 1216 7.1.1 Existence referenčního bodu

1217 V tomto bodě Úřad hodnotil možnou existenci minimálně jednoho referenčního bodu  
1218 (parametru), na základě kterého by se subjekty účastníci se tacitní koluze mohly orientovat  
1219 a vzájemně koordinovat své jednání bez toho, aby se výslovně dohodly. Referenční bod tak  
1220 musí být dostatečně významný pro to, aby společná strategie na jeho základě byla schopná  
1221 omezit či jinak ovlivnit účinnou hospodářskou soutěž, a zároveň musí být dostatečně  
1222 jednoduchý a snadno určitelný.

1223 S ohledem na fakt, že velkoobchodní trh, na kterém jsou mezi MNO/MVNE na straně  
1224 jedné a MVNO na straně druhé uzavírány komerční smlouvy, je pro potenciální účastníky  
1225 tacitní koluze netransparentní, a nelze tak na něm stanovit referenční bod, neboť by nebyl  
1226 způsobilý k monitorování ze strany uvažovaných účastníků tacitní koluze, posuzoval Úřad  
1227 možnou existenci referenčního bodu na souvisejícím maloobchodnímu trhu.

1228 **Úřad se domnívá, že alespoň jeden takovýto referenční bod na maloobchodním**  
1229 **trhu mobilních služeb v České republice existuje a je jím cena mobilních služeb, která**  
1230 **v sobě reflektuje i cenu mobilních služeb na velkoobchodním trhu.** Ačkoliv lze  
1231 předpokládat, že jednotliví síťoví operátoři navzájem své velkoobchodní nabídky neznají<sup>73</sup>, je  
1232 zřejmé, že je mohou monitorovat přeneseně právě prostřednictvím maloobchodního trhu

---

<sup>72</sup> V rozhodnutí UK/2004/0111 Komise nepotvrdila závěry Ofcomu, který prokázal společnou významnou tržní sílu na základě demonstračních kritérií uvedených v Pokynech Komise, avšak nevzal v úvahu kritéria dle rozhodnutí *Airtours*.

<sup>73</sup> I když nelze vyloučit, že mohou příležitostně získat konkrétní konkurenční nabídky (či alespoň jejich klíčové parametry) od virtuálního operátora, který požaduje nabídku od více velkoobchodních poskytovatelů a předložením konkurenční nabídky se je snaží přimět k lepším cenovým podmínkám možné budoucí komerční smlouvy.

1233 mobilních služeb, a to v nabídkách jednotlivých operátorů – jak virtuálních operátorů, tak  
1234 ostatních síťových operátorů, kteří nabízejí maloobchodní služby na základě samozásobení.

1235 Cenu mobilních služeb na maloobchodním trhu jakožto referenční bod identifikoval  
1236 Úřad i s ohledem na fakt, že odklon od koordinovaného chování (v rámci tacitní koluze) může  
1237 být realizován vedle velkoobchodního prodeje virtuálním operátorům (za nekoordinovanou  
1238 cenu) také chováním samotných MNO na maloobchodním trhu, kdy mohou sami nabídnout  
1239 mobilní služby za takovou cenu, kterou by ostatní soutěžitelé již vyhodnotili jako odklon od  
1240 koordinované strategie.

1241 Referenční bod, tj. cena mobilních služeb, ovlivňuje i počet SIM karet účastníka tacitní  
1242 koluze, resp. jeho tržní podíl na maloobchodním trhu. Možnost sledovat počet SIM karet mají  
1243 síťoví operátoři jednak prostřednictvím *Národní referenční databáze přenesených čísel*  
1244 *v prostředí mobilních sítí*, ve které mohou detailně sledovat přesuny telefonních čísel mezi  
1245 jednotlivými operátory, a dále také prostřednictvím kvartálních a výročních zpráv samotných  
1246 operátorů. Současně je však nutné mít na zřeteli fakt, že ze samotného přesunu zákazníků  
1247 mezi operátory, resp. změn tržních podílů, nevyplývá pro MNO konkrétní příčina této změny,  
1248 ta musí být následně analyzována na maloobchodním trhu prostřednictvím aktuálně  
1249 dostupných nabídek pro zákazníky.

1250 Parametrem, který Úřad zvažoval jako eventuální další referenční bod, je kvalita  
1251 poskytované služby, konkrétně parametrické omezení maximální přenosové rychlosti v sítích  
1252 LTE – jmenovitě se jedná o rychlost pro download 40 Mbit/s u společnosti **OBCHODNÍ**  
1253 **TAJEMSTVÍ** ██████████, 20 Mbit/s u společnosti **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** ██████████  
1254 a 15 Mbit/s u společnosti **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** ██████████. Možnost monitorování tohoto  
1255 parametru by opět byla možná prostřednictvím maloobchodních nabídek virtuálních operátorů.  
1256 S ohledem na nízkou preferenci tohoto ukazatele ze strany zákazníků ve srovnání  
1257 s parametrem ceny služby, však Úřad přenosovou rychlost jako referenční bod nevyhodnotil.  
1258 Současně, jak vyplývá z údajů o službě přístupu k internetu v pevných sítích za rok 2017<sup>74</sup>, je  
1259 zřejmé, že více než polovina (52,9 %) přístupů k internetu v pevných sítích spadá do nominální  
1260 rychlosti (ve směru download) do 30 Mbit/s<sup>75</sup>. Uvedené maximální přenosové rychlosti u  
1261 MVNO, tedy do 40 Mbit/s pro download, tak z uživatelského hlediska neposkytují zákazníkům  
1262 MVNO horší kvalitu připojení, než na kterou jsou zvyklí v pevných sítích (u kterých je obecně  
1263 očekáváno kvalitnější připojení oproti mobilním sítím). V tomto smyslu tak nelze stávající  
1264 rychlost připojení k internetu v sítích LTE ve velkoobchodních nabídkách MNO vnímat jako  
1265 takový parametr, který by byl klíčový pro rozvoj soutěžního chování na trhu mobilních služeb  
1266 a jež by operátorům sloužil k monitorování dodržování tacitní koluze. Úřad z pohledu současně  
1267 uplatňovaných parametrů týkajících se kvality poskytované služby (např. upload, zpoždění,  
1268 jitter, případně spolehlivost sestavení hovoru, čas sestavení hovoru aj.) nepovažuje tyto  
1269 kvalitativní ukazatele za schopné významně ovlivnit rozhodování koncových účastníků a tím  
1270 potenciálně i hospodářskou soutěž na trhu. Tyto parametry navíc obvykle nebývají součástí  
1271 zveřejňovaných ceníků služeb či obchodních podmínek nabízených služeb, což je překážkou  
1272 pro jejich snadný monitoring, a není tak pravděpodobné, že by mohly sloužit jako referenční  
1273 bod. Úřad dále zvažoval jako referenční bod hodnotu FUP limitů v nabídkách MNO u Mobilních

---

<sup>74</sup> Viz [Zpráva o vývoji trhu elektronických komunikací za období 2012-2017](#), Graf č. 40, str. 44.

<sup>75</sup> 14,4 % aktivních přístupů tvoří kategorie o nominální rychlosti 2 až 10 Mbit/s, 36,4 % poté tvoří kategorie o nominální rychlosti 10 až 30 Mbit/s.

1274 tarifů s daty a Mobilního internetu, avšak přiklonil se jako k vhodnějšímu parametru k výše  
1275 uvedené ceně mobilních služeb. A to jednak z důvodu, že v ceně (a přepočtené jednotkové  
1276 ceně) je již objem nakupovaných jednotek (tedy i FUP limit u mobilních datových služeb)  
1277 reflektován, a dále rovněž z důvodu značného rozsahu uplatňovaných FUP limitů ze strany  
1278 MNO, kdy lze na maloobchodním trhu nalézt jak nabídky obsahující řádově pouze desítky či  
1279 stovky MB, tak současně nabídky obsahující až 60 GB. Stanovení hranice, která by byla pro  
1280 MNO směrodatná z hlediska monitorování odklonu od koordinované strategie, by tak byla jen  
1281 složitě stanovitelná, a tudíž nepravděpodobná.

## 1282 **Předběžný závěr ke kapitole 7.1.1 Existence referenčního bodu:**

1283 Úřad v rámci předběžného vyhodnocení tohoto kritéria shledal existenci referenčního  
1284 bodu - ceny mobilních služeb na maloobchodním trhu, na základě kterého by se MNO mohli  
1285 orientovat a vzájemně koordinovat své jednání bez toho, aby se výslovně dohodli. Uvedené  
1286 dílčí kritérium tedy indikuje způsobilost trhu k tacitní koluzi.

## 1287 **7.1.2 Symetrické postavení**

1288 V tomto kritériu Úřad hodnotil, zda je postavení dotčených subjektů ve vztahu  
1289 k relevantnímu trhu symetrické, neboť se jedná o znak toho, že společná strategie na základě  
1290 tacitní koluze je pak pro zúčastněné subjekty jednodušší. Součástí posouzení symetrického  
1291 postavení stran je vyhodnocení následujících kritérií.

### 1292 **7.1.2.1 Podobné tržní podíly**

1293 V úvodu této kapitoly Úřad hodnotil strukturu trhu mobilních služeb prostřednictvím  
1294 pomocného ukazatele Herfindahl-Hirschmanova indexu (dále také jen „HHI“), používaného  
1295 v hospodářské soutěži k měření koncentrace hodnoceného odvětví na trhu. S rostoucí  
1296 koncentrací odvětví, tedy zpravidla klesající konkurencí, tento index roste. Výpočtem dle níže  
1297 uvedeného vzorce, nabývá hodnot od 0 (nulová koncentrace) do 10 000 (maximální  
1298 koncentrace). Hodnota HHI nižší než 1 500 bodů značí konkurenční trh, HHI ve výši 1 500 až  
1299 2 500 středně koncentrovaný trh, a HHI ve výši 2 500 a více značí vysoce koncentrovaný trh.

$$HHI = \sum_{i=1}^N s_i^2$$

1300

1301 Pozn.: Hodnota  $s_i$  udává tržní podíl firmy  $i$  na trhu, písmeno  $N$  udává počet firem na trhu.

1302 Úřad vyhodnotil HHI jak z hlediska počtu SIM karet na maloobchodním trhu, tak  
1303 z hlediska maloobchodních tržeb za mobilní služby.

1304 Jak dokazuje Tab. č. 11 **oligopolní trh mobilních služeb je v České republice**  
1305 **vysoce koncentrovaný**, což je patrné z dlouhodobě dosahovaných hodnot nad úrovní 3 000  
1306 bodů.

1307 **Tab. č. 11: Herfindahl-Hirschmanův index – vývoj dle počtu SIM karet a dle tržeb**

	Dle počtu SIM	Dle tržeb
<b>2012</b>	3 473	3 427
<b>2013</b>	3 471	3 426
<b>2014</b>	3 142	3 352
<b>2015</b>	3 024	3 230
<b>2016</b>	2 997	3 156
<b>2017</b>	3 009	3 202

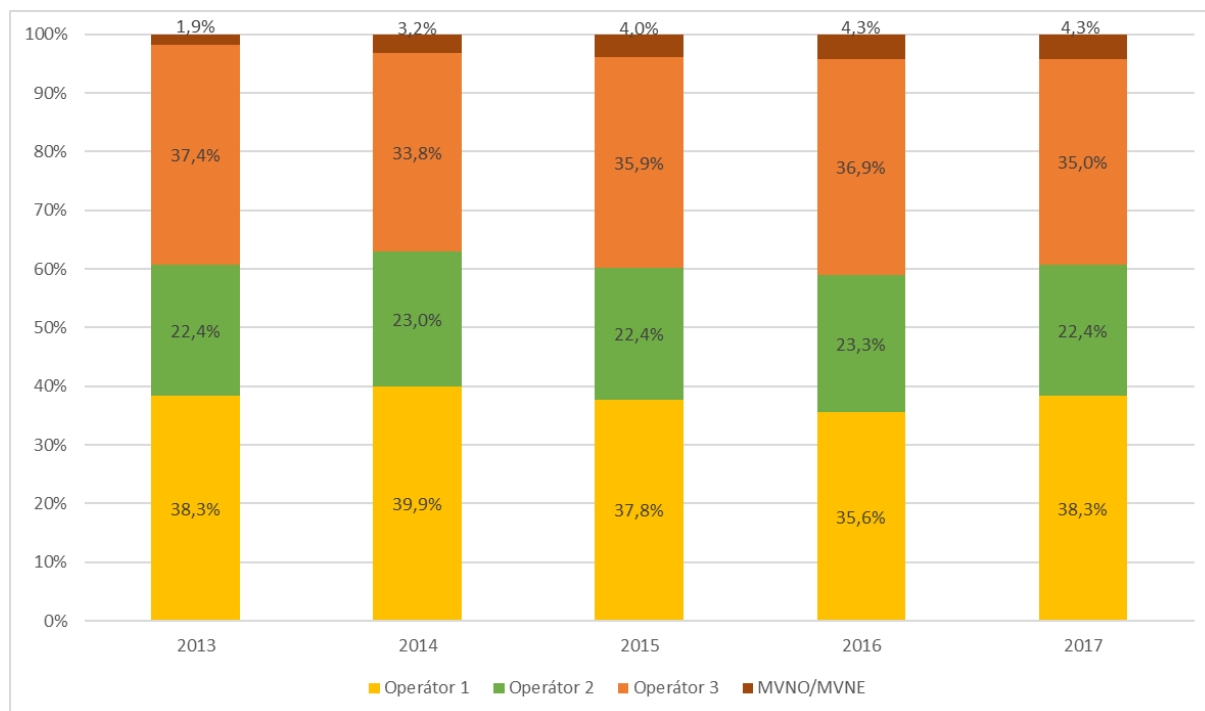
1308

1309 Zdroj: výpočet ČTÚ dle údajů z ESD

1310 **Ačkoliv na maloobchodním trhu na úrovni jednotlivých segmentů (A, B) lze**  
 1311 **pozorovat změny v tržních podílech operátorů, jak zobrazuje Graf č. 12 a Graf č. 13,**  
 1312 **z hlediska tržního podílu jednotlivých síťových operátorů na celém trhu mobilních**  
 1313 **služeb, reprezentovaného celkovým počtem SIM karet, je patrné, že k významným**  
 1314 **změnám v tržních podílech nedochází – jak ukazuje Graf č. 20 – tržní podíly tří síťových**  
 1315 **operátorů, měřeno počtem prodaných SIM karet na velkoobchodním trhu (včetně**  
 1316 **samozásobení), se v průběhu posledních tří let významným způsobem nemění**  
 1317 **a jednotliví síťoví operátoři si zhruba udržují svůj tržní podíl.**

1318 Totéž je patrné i z hlediska tržních podílů podle velkoobchodních a maloobchodních  
 1319 tržeb (viz Graf č. 34) – tedy, že jednotliví síťoví operátoři si udržují zhruba svůj tržní podíl a ten  
 1320 se v čase významně nemění.

1321 **Graf č. 34: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Vývoj tržních podílů podle souhrnných tržeb za**  
 1322 **služby poskytované v mobilní síti na maloobchodním a velkoobchodním**  
 1323 **trhu**



1324

1325 Zdroj: ČTÚ dle ESD

1326 **Předběžný závěr ke kapitole 7.1.2.1 Podobné tržní podíly:**

1327 Na základě výše uvedeného vyhodnocení tržních podílů a jejich vývoje v čase Úřad  
1328 předběžně konstatuje, že toto dílčí kritérium svědčí ve prospěch symetrického postavení a  
1329 indikuje tedy způsobnost trhu k tacitní koluzi.

1330 **7.1.2.2 Podobné struktury nákladů**

1331 V obecné rovině lze konstatovat, že v oblasti elektronických komunikací je struktura  
1332 nákladů jednotlivých soutěžitelů (v roli MNO provozujících mobilní sítě) relativně podobná,  
1333 neboť fixní náklady související se vstupem na trh (získání kmitočtů, budování mobilní sítě,  
1334 obchodních a distribučních kanálů atd.) jsou zhruba stejně vysoké pro všechny subjekty  
1335 a variabilní náklady jsou obvykle podstatně nižší. Proto, ačkoliv mohou být mezi operátory  
1336 rozdíly ve výši variabilních nákladů, většinou tvoří jen malou část nákladů celkových, což je  
1337 charakteristické pro jakékoliv síťové odvětví. Vedle struktury nákladů je však z dlouhodobého  
1338 hlediska důležité rovněž hodnocení vynaložených nákladů v absolutních hodnotách, neboť  
1339 v případě dlouhodobě odlišných absolutních výší nákladů se bude motivace ke koordinované  
1340 strategii jednotlivých uvažovaných subjektů značně lišit.

1341 O výši investičních nákladů vypovídá Graf č. 32, v němž je z průběhu křivek  
1342 jednotlivých subjektů patrné, že struktura investičních výdajů (nikoliv jejich absolutní výše) do  
1343 hmotných a nehmotných aktiv mobilních sítí je u tří síťových operátorů obdobná, což může být  
1344 způsobeno účastí všech MNO v jednotlivých aukcích a plnění obdobných závazků spojených  
1345 s budováním sítí.

1346 Při hodnocení provozních nákladů se Úřad zaměřil na vývoj ukazatele EBITDA<sup>76</sup>  
1347 a vývoj tržeb za mobilní služby u jednotlivých síťových operátorů (viz Tab. č. 12). Úřad  
1348 sledoval, v jakém poměru oba ukazatele jsou, neboli EBITDA marže<sup>77</sup> (viz Graf č. 35). Z vývoje  
1349 viz Graf č. 35 je patrné, že míra operativní profitability byla ve sledovaném období  
1350 u jednotlivých subjektů odlišná, v roce 2017 pak došlo k její částečné konvergenci.

1351 **Tab. č. 12: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Vývoj tržeb (maloobchodních a velkoobchodních)**  
1352 **za mobilní služby a EBITDA u MNO (v tis. Kč bez DPH)**

	2013		2014		2015		2016		2017	
	TRŽBY	EBITDA	TRŽBY	EBITDA	TRŽBY	EBITDA	TRŽBY	EBITDA	TRŽBY	EBITDA
O2 Czech Republic a.s.										
T-Mobile Czech Republic a.s.										
Vodafone Czech Republic a.s.										

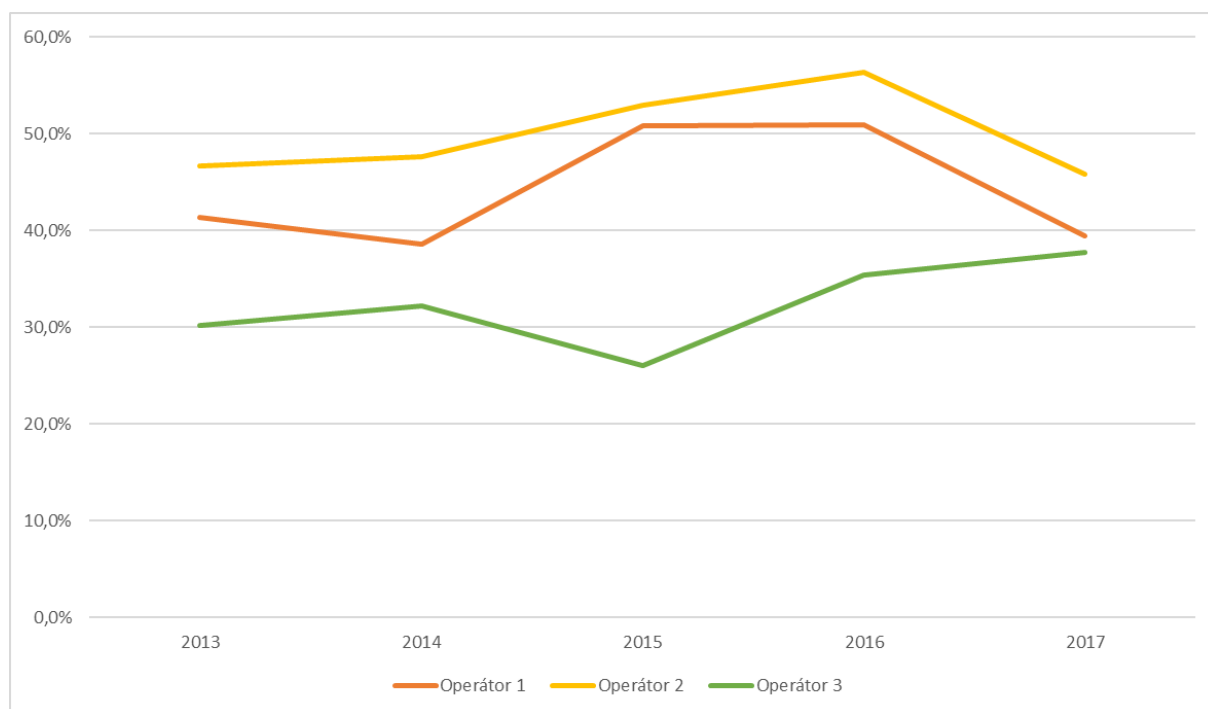
1353

1354 Zdroj: ČTÚ dle ESD

<sup>76</sup> EBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciations and Amortization Charges) je zkratka vyjadřující zisk před odečtením úroků, daní, odpisů a amortizace. Jde o indikátor, který ukazuje provozní výkonnost podniku.

<sup>77</sup> EBITDA marže je ukazatel vyjadřující operativní profitabilitu společnosti. EBITDA marže je počítána zlomkem, kde v čitateli je EBITDA a ve jmenovateli jsou celkové tržby.

1355 **Graf č. 35: OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ Vývoj EBITDA marže u síťových operátorů**

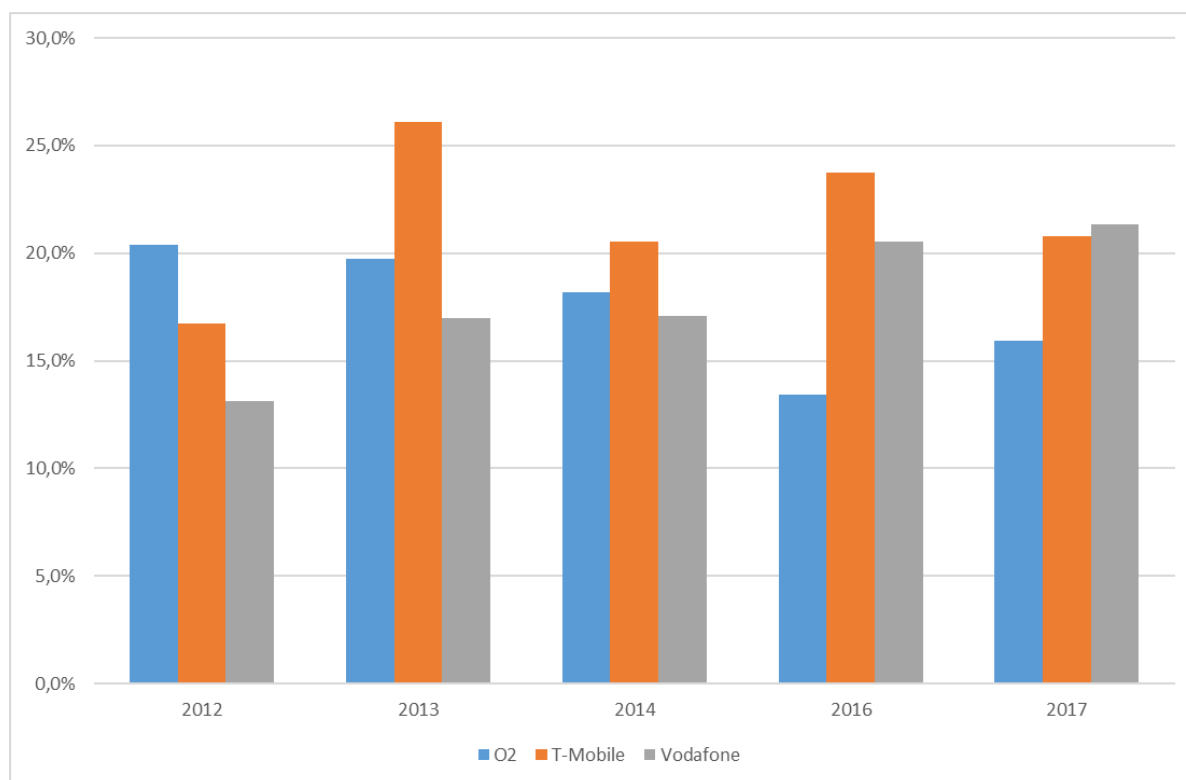


1356  
1357

Zdroj: ČTÚ dle ESD

1358 Úřad dále rovněž hodnotil, jak si dotčené subjekty stojí z hlediska provozních  
1359 a kapitálových nákladů a jejich poměru. Jak vyplývá z grafu - Graf č. 36 a Tab. č. 13, sledovaný  
1360 ukazatel poměru kapitálových nákladů k provozním nákladům je u tří síťových operátorů  
1361 odlišný, v čase se různě mění a v průběhu sledovaného období, bez započtení roku 2015, byl  
1362 průměrný rozdíl mezi nejvyšší a nejnižší uvedenou hodnotou 7 procentních bodů.

1363 **Graf č. 36: Poměr kapitálových nákladů k provozním nákladům u MNO - vývoj**



1364  
1365 Zdroj: ČTÚ dle výročních zpráv společností T-Mobile, O2 a Vodafone

1366 Pozn.: V roce 2015 proběhly dvě transakce, které měly významný dopad na výši kapitálových nákladů dotčených společností –  
1367 jednak byla dokončena fúze společností GTS Czech s.r.o. a T-Mobile Czech Republic a.s., a dále proběhla dobrovolná funkční  
1368 separace, kdy oddělením ze společnosti O2 Czech Republic, a.s. vznikla Česká telekomunikační infrastruktura, a.s. (CETIN).  
1369 Z důvodu lepší čitelnosti grafu je rok 2015 vynechán a kompletní údaje vč. roku 2015 jsou uvedeny v Tab. č. 13.

1370 **Tab. č. 13: Poměr kapitálových nákladů k provozním nákladům u MNO - vývoj**

	2012	2013	2014	2015*	2016	2017
<b>O2</b>	20,4%	19,7%	18,2%	-102,4%	13,4%	15,9%
<b>T-Mobile</b>	16,7%	26,1%	20,5%	40,0%	23,7%	20,8%
<b>Vodafone</b>	13,1%	17,0%	17,1%	23,3%	20,6%	21,4%

1371  
1372 Zdroj: ČTÚ podle účetních výkazů společností O2, T-Mobile a Vodafone

1373 Pozn.: \* V roce 2015 proběhly dvě transakce, které měly významný dopad na výši kapitálových nákladů dotčených společností –  
1374 jednak byla dokončena fúze společností GTS Czech s.r.o. a T-Mobile Czech Republic a.s., a dále proběhla dobrovolná funkční  
1375 separace, kdy oddělením ze společnosti O2 Czech Republic, a.s. vznikla Česká telekomunikační infrastruktura, a.s. (CETIN).

1376 Z údajů, které má Úřad od MNO dále k dispozici lze také srovnat výši nákladů na  
1377 poskytování služeb v mobilních sítích. Absolutní výše celkových nákladů je u všech MNO  
1378 různá. I přesto, že v roce 2014 došlo k uzavření dohody o sdílení sítí mezi společnostmi T-  
1379 Mobile a O2 není výše nákladů u těchto dvou operátorů stejná. Rozdílnost výše nákladů  
1380 vyvolává i separace společnosti O2 a rozdělení fyzické infrastruktury. Společnost O2  
1381 v současnosti nedisponuje všemi síťovými prvky mobilní sítě a využívá outsourcing části  
1382 mobilní sítě, což vede nejen k rozdílné výši, ale od roku 2015 i k rozdílné struktuře nákladů.  
1383 Úřad při hodnocení výše nákladů a jejich struktury našel významný rozdíl nákladů na  
1384 marketing a zákaznický servis (Customer Services) u jednotlivých subjektů. Z těchto údajů  
1385 vyplývá poměr marketingových nákladů a nákladů na zákaznický servis k celkovým nákladům,  
1386 který je u jednotlivých MNO odlišný a pohybuje se zhruba od 12 do 29 %. Rozdílný přístup

1387 mají operátoři i k poskytování slev na dotované přístroje prodávané svým zákazníkům pro  
1388 využívání mobilních služeb. Výsledkem je rozdílná výše nákladů vynaložených na prodej  
1389 dotovaných přístrojů. Slevy poskytnuty na dotované přístroje se liší a pohybují se v průměru  
1390 na operátora od 4 % až do 50 %.

1391 Z hlediska hodnocení dlouhodobé výnosnosti investic, posuzoval Úřad i ukazatel  
1392 ROCE<sup>78</sup>, tedy výnosnost vloženého kapitálu, jednotlivých MNO. Z Tab. č. 14 je zřejmé, že  
1393 vývoj v tomto ohledu je u jednotlivých subjektů zcela odlišný. Tomu pak odpovídá i odlišná  
1394 výše čistého zisku, jak zobrazuje Tab. č. 15. Tato skutečnost vypovídá i o odlišné míře  
1395 nákladovosti jednotlivých subjektů a tím i o možné odlišné motivaci pro eventuální participaci  
1396 na koordinované tržní strategii.

1397

1398 **Tab. č. 14: Vývoj ukazatele ROCE společností O2, T-Mobile a Vodafone**

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>O2</b>	12,5%	12,1%	7,7%	30,7%	27,6%	27,2%
<b>T-Mobile</b>	31,6%	28,1%	24,1%	19,1%	19,0%	17,0%
<b>Vodafone</b>	18,8%	12,5%	3,3%	3,6%	12,1%	8,0%

1399

1400 Zdroj: ČTÚ podle účetních výkazů společností O2, T-Mobile a Vodafone

1401 **Tab. č. 15: Vývoj čistého zisku společností O2, T-Mobile a Vodafone (v mil. Kč)**

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>O2</b>	6 776	5 695	4 038	6 701	5 259	5 411
<b>T-Mobile</b>	7 161	6 059	5 325	4 789	4 819	4 250
<b>Vodafone</b>	1 721	955	208	276	654	745

1402

1403 Zdroj: ČTÚ podle účetních výkazů společností O2, T-Mobile a Vodafone

1404 V kritériu *Podobné struktury nákladů* Úřad hodnotil i sdílení mobilních sítí společnostmi  
1405 T-Mobile Czech Republic a.s. a O2 Czech Republic a.s./Česká telekomunikační infrastruktura  
1406 a.s. (dále jen „CETIN“)<sup>79</sup> Touto problematikou se Úřad v minulosti zabýval a své stanovisko  
1407 zveřejnil na [webových stránkách](#) Úřadu. V něm posuzoval, jaký dopad z hlediska nákladů  
1408 bude mít předmětné sdílení mobilních sítí. V sítích 2G a 3G Úřad kvantifikoval úsporu nákladů  
1409 přepočtenou na měsíc a SIM kartu pro společnost O2 Czech Republic a.s. na hodnotu  
1410 **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** ■ Kč a pro společnost T-Mobile Czech Republic a.s. na hodnotu  
1411 **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** ■ Kč. V sítích 4G pak byla úspora sdílejících operátorů (O2 a T-  
1412 Mobile) Úřadem vyčíslena na méně než **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** ■ % celkových (investičních  
1413 a provozních) ročních nákladů. Tato úspora není dle stanoviska Úřadu natolik významná, aby  
1414 donutila mimostojícího soutěžitele (tj. společnost Vodafone) opustit trh. Dle stanoviska Úřadu,  
1415 může Vodafone nákladovou nevýhodu vůči sdílejícím operátorům kompenzovat svou  
1416 modernější sítí, výhodami plynoucími z příslušnosti ke skupině Vodafone (tedy přístupu  
1417 k finančnímu zázemí, a know-how umožňující mu se chovat inovativně), tak jak ukázal

<sup>78</sup> ROCE (Return On Capital Employed) je poměrový ukazatel, který vyjadřuje výnosnost vloženého kapitálu.

<sup>79</sup> Po rozdělení společnosti O2 Czech Republic a.s. v roce 2015 přešla práva a povinnosti týkající se sdílení sítí na společnost Česká telekomunikační infrastruktura a.s.



1418 u výstavby své LTE sítě, a i do budoucna by měl svým působením vyvíjet tlak na oba sdílející  
1419 operátory.

1420 Úřad v roce 2015 hodnotil předmětné sdílení sítí a vydal k němu příslušné stanovisko<sup>80</sup>.  
1421 V něm konstatoval, že na základě provedené analýzy neidentifikoval žádné zásadní riziko  
1422 z hlediska narušení hospodářské soutěže. A současně informoval, že bude dopady sdílení sítí  
1423 v rámci své činnosti i nadále monitorovat. Tímto svým hodnocením jakkoliv nepředjímá  
1424 výsledky šetření tohoto případu Evropskou komisí – *Generálním ředitelstvím pro*  
1425 *hospodářskou soutěž (DG Competition)*, která v současné době předmětné sdílení sítí  
1426 posuzuje z pohledu pravidel vyplývajících ze Smlouvy o fungování EU, článku 101 (jehož  
1427 dodržování kompetenčně spadá na národní úrovni do gesce obecného soutěžního orgánu, tj.  
1428 ÚOHS)<sup>81</sup>. Minimálně do současné doby však Úřad žádné negativní dopady neidentifikoval –  
1429 tržní podíl společnosti Vodafone v čase růstu, společnosti O2 a T-Mobile mají na  
1430 maloobchodním i velkoobchodním trhu rozdílné nabídky, různým tempem zavádějí ve svých  
1431 sítích nové služby a technologie. Uvedené bylo rovněž potvrzeno dynamickým rozvojem  
1432 pokrytí sítěmi LTE v ČR, a to všemi třemi síťovými operátory spolu se zaváděním nových  
1433 služeb a technologií v sítích jednotlivých MNO. Úřad tak očekává obdobný vývoj i ve  
1434 střednědobém horizontu.

1435 S ohledem na dohodu o sdílení sítí mezi společnostmi CETIN (infrastrukturu sítě  
1436 společnosti CETIN využívá pro mobilní síť společnost O2) a T-Mobile se Úřad zaměřil na  
1437 možnou úvahu ohledně společné významné tržní síly dvou MNO společností O2 a T-Mobile  
1438 (jakožto subjektů sdílejících mobilní sítě). S ohledem na výše uvedené se však jeví tato úvaha  
1439 jako málo pravděpodobná, a to zejména z důvodu existence dalšího subjektu – společnosti  
1440 Vodafone, která má takovou (nezanedbatelnou) tržní sílu<sup>82</sup>, že by byla schopna narušit  
1441 účinnost koordinované strategie dvou MNO.

#### 1442 **Předběžný závěr ke kapitole 7.1.2.2 Podobné struktury nákladů:**

1443 Po vyhodnocení výše popsaných jednotlivých parametrů, tedy struktury investičních  
1444 nákladů, EBITDA marže, provozních a kapitálových nákladů, ROCE a čistého zisku, vč.  
1445 přihlídnutí ke sdílení sítí mezi společnostmi O2/CETIN a T-Mobile a separace společnosti O2,  
1446 Úřad konstatuje, že nelze jednoznačně hodnotit strukturu nákladů síťových operátorů,  
1447 s ohledem na zřejmé odlišnosti, jako podobnou. Z hodnocení absolutní výše celkových  
1448 nákladů a podílů jednotlivých typů nákladů na celkových nákladech operátorů vyplývá, že ani  
1449 výši nákladů nelze hodnotit jako obdobnou u všech tří operátorů. Rozdílnost ať už struktury  
1450 nákladů či jejich výše tak dle předběžného hodnocení Úřadu snižuje možnost tacitní koluze  
1451 mezi síťovými operátory a uvedené dílčí kritérium tedy nesvědčí ve prospěch naplnění kritéria  
1452 symetrického postavení a neindikuje tedy způsoblost trhu k tacitní koluzi.

#### 1453 **7.1.2.3 Vertikální integrace**

1454 V tomto kritériu Úřad hodnotil, na jaké úrovni dodavatelského řetězce se dotčené  
1455 subjekty (T-Mobile, O2 a Vodafone) nacházejí. Obecně platí, že udržitelnou společnou

---

<sup>80</sup> K dispozici je na webových stránkách Úřadu: <https://www.ctu.cz/stanovisko-ceskeho-telekomunikacniho-uradu-ke-sdileni-siti-2g-3g-4g-pro-ucely-komplexniho>.

<sup>81</sup> Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:12012E/TXT&from=EN>, článek 101.

<sup>82</sup> A to zejména na základě významného tržního podílu společnosti Vodafone (dle počtu SIM karet i dle tržeb), který se blíží tržním podílům společností O2 a T-Mobile, srovnatelné šíři přiděleného spektra pro poskytování mobilních služeb, srovnatelné šíři nabízených služeb, obdobnému kapitálovému zázemí, vertikální integraci aj.

1456 strategii, a případnou společnou významnou tržní sílu, mezi soutěžiteli zpravidla naznačuje  
1457 skutečnost, že dotčené subjekty jsou na stejné úrovni dodavatelského řetězce, neboť jsou-li  
1458 dané subjekty ve shodné pozici vertikálně integrovaného operátora, mají i stejnou pozici  
1459 v kontrole svých nákladů a kapacity.

1460 Úřad na základě dostupných informací uvádí, že uvedené společnosti – T-Mobile, O2  
1461 a Vodafone působí na stejné úrovni dodavatelského řetězce, tedy jak na maloobchodním, tak  
1462 současně na velkoobchodním trhu v České republice. Úřad tak konstatuje, že uvedení síťoví  
1463 operátoři jsou ve shodné pozici vertikálně integrovaných síťových operátorů.

1464 Z hlediska hodnocení vertikální integrace Úřad nehodnotí jako podstatné, že  
1465 společnost O2 využívá outsourcovanou mobilní síť, poté co byla dne 1. června 2015 dovršena  
1466 dobrovolná separace, v rámci které vznikla odštěpením od společnosti O2 společnost CETIN,  
1467 na kterou bylo převedeno vlastnictví datových center, pevné veřejné komunikační sítě  
1468 a fyzické infrastruktury veřejné mobilní komunikační sítě, jakožto anténní stožáry, přenosové  
1469 systémy vč. přiřazených prostředků, vyjma mobilních ústředí. Kmitočtové přiděly v pásmech  
1470 450, 800, 900, 1800, 2100 a 2600 MHz pro provozování mobilních sítí a z nich vyplývající  
1471 individuální oprávnění nadále zůstala v užívání společnosti O2. Vzhledem k tomu, že výše  
1472 uvedené kmitočtové přiděly a mobilní ústředny zůstávají nadále ve vlastnictví společnosti O2,  
1473 je provozovatelem veřejné mobilní komunikační sítě stále společnost O2. Současně je zřejmé,  
1474 že všichni MNO disponují zhruba stejným přidělem rádiových kmitočtů v současné době  
1475 používaných a vhodných pro poskytování mobilních služeb (jak na velkoobchodní, tak  
1476 maloobchodní úrovni), jak je patrné z Tab. č. 17.

#### 1477 **Předběžný závěr ke kapitole 7.1.2.3 Vertikální integrace:**

1478 S ohledem na skutečnost, že všichni MNO působí na trhu v roli vertikálně  
1479 integrovaných operátorů (tj. působí jak na maloobchodní, tak velkoobchodní úrovni trhu) Úřad  
1480 předběžně konstatuje, že uvedené dílčí kritérium naplňuje kritérium symetrického postavení a  
1481 indikuje způsobilost trhu k tacitní koluzi.

#### 1482 **7.1.2.4 Homogenita služeb**

1483 Při vyhodnocování možné tacitní koluze se Úřad zabýval rovněž srovnáním, zda  
1484 dotčené subjekty (T-Mobile, O2 a Vodafone) nabízejí podobné produkty a služby. V tomto  
1485 případě se jedná zejména o homogenitu produktu/služby z pohledu užití ze strany koncového  
1486 uživatele, a v návaznosti na způsobilost k jejich monitorování na základě jednotného  
1487 referenčního bodu.

1488 V této souvislosti je obecně nutné konstatovat, že ačkoliv Úřad při produktovém  
1489 vymezení trhu používá *test hypotetického monopolisty* (tzv. *SSNIP test*)<sup>83</sup>, pomocí kterého  
1490 identifikuje vzájemně zastupitelné (substituovatelné) služby z pohledu poptávky a nabídky,  
1491 neznamená to a priori, že služby zařazené na vymezený trh jsou dokonale homogenní.  
1492 Samotnou homogenitu služeb Úřad zkoumá jako jedno z kritérií při hodnocení způsobilosti trhu  
1493 k tacitní koluzi. Při posuzování homogenity služeb pak Úřad vyhodnocuje technické parametry

---

<sup>83</sup> Viz <https://www.ctu.cz/metodika-analyz-relevantnich-trhu>, str. 17-18.

1494 služeb, jejich dostupnost, způsob jejich použití vč. koncových zařízení, a v neposlední řadě  
1495 cenu služeb.

1496 Poté, co Úřad v rámci vymezení maloobchodního trhu (detailně viz kapitola 2), včetně  
1497 produktové a zákaznické segmentace, srovnal nabídky **základních mobilních služeb, tj.**  
1498 **mobilního hlasového volání, služeb SMS a mobilních datových služeb**, operátorů T-  
1499 Mobile, O2 a Vodafone, konstatuje, že z hlediska jejich použití ze strany koncových zákazníků  
1500 vykazují vysokou míru podobnosti z hlediska:

- 1501 • **technických parametrů** – viz všeobecné podmínky, dále jednotlivé obchodní  
1502 podmínky služeb, a také ceníky a parametrické informace na webových  
1503 stránkách operátorů,
- 1504 • **dostupnosti** – služby jsou nabízeny na celém územně vymezeném trhu, tj. na  
1505 území České republiky – viz pokrytí mobilními sítěmi, které Úřad detailně  
1506 popisuje v úvodu kapitoly 2.3.1,
- 1507 • **způsobu použití a koncových zařízení** – služby jsou shodně standardizovány  
1508 pro jednotlivé mobilní sítě 2G, 3G a 4G, včetně univerzálně použitelných  
1509 koncových zařízení napříč nabídkami a sítěmi MNO.

1510 Při hodnocení výše uvedených kritérií, bere Úřad v potaz fakt, že síťoví operátoři  
1511 nabízejí shodné portfolio základních služeb, včetně roamingu a mezinárodních hovorů atd.,  
1512 a to jak ve formě post-paid, tak pre-paid. Uvedené služby nabízejí jak rezidentním, tak  
1513 firemním zákazníkům. Dále, že shodně nabízejí dvě varianty uzavření účastnických smluv –  
1514 buď na dobu neurčitou nebo na dobu určitou (24 měsíců), přičemž smlouvy na dobu určitou  
1515 jsou cenově zvýhodněny oproti smlouvám uzavřeným na dobu neurčitou. Síťoví operátoři  
1516 rovněž disponují srovnatelnou maloobchodní prodejní sítí, realizovanou prostřednictvím  
1517 vlastních prodejen a externích partnerů (např. na bázi franšizingu)<sup>84</sup>. Všichni tři síťoví operátoři  
1518 vedle mobilních služeb současně nabízí rovněž služby pevného internetu a svou IPTV,  
1519 satelitní TV či OTT TV.

1520 Z hlediska hodnocení **ceny**, jakožto jednoho z klíčových parametrů – a to jak na straně  
1521 nabídky, tak na straně poptávky, však Úřad konstatuje, že maloobchodní nabídky výše  
1522 uvedených služeb jsou do určité míry heterogenní. Tato cenová rozdílnost je ještě  
1523 akcentována, bere-li Úřad v potaz další nabídky, kterými se zabývá v následující pasáži.

1524 Při hodnocení homogenity služeb se Úřad dále zabýval – zejména z hlediska **dopadu**  
1525 **na cenu**:

- 1526 - neveřejnými nabídkami,
- 1527 - dále rodinnými a studentskými nabídkami
- 1528 - a také zvláštními nabídkami datových balíčků typu [Vodafone Pass](#) a [StreamOn](#)  
1529 (T-Mobile).

1530 Neveřejné a rodinné nabídky, a jejich hodnocení, popsal Úřad již v kapitole 2.4.  
1531 Z hlediska hodnocení nabídek Vodafone Pass a StreamOn Úřad v první řadě registruje, že  
1532 nabídky tohoto typu, tedy datově neomezené spotřeby definovaného obsahu (např. video,

---

<sup>84</sup> Například Partnerské prodejny T-Mobile.

1533 audio, sociální sítě, chat) v mobilních aplikacích spolupracujících partnerů (např. YouTube,  
1534 Spotify, WhatsApp, Facebook, Stream.cz, Lepší TV, DVTV atd.) za paušální cenu, **mají ve**  
1535 **své nabídce pouze operátoři Vodafone a T-Mobile**, přičemž společnost O2 doposud  
1536 nabídku tohoto typu balíčků nepředstavila. **Současně i oba typy nabídek (Vodafone Pass**  
1537 **a StreamOn) se svými charakteristikami odlišují.** Vodafone Pass nabízí uživateli širší  
1538 spektrum výběru – čtyři typy základních balíčků typu Pass<sup>85</sup> (konkrétně Social Pass, Video  
1539 Pass, Music Pass a Chat Pass) a 2 typy kombinovaných (a cenově zvýhodněných) balíčku  
1540 Multipass<sup>86</sup>, kdy první z nich kombinuje Video Pass, Music Pass a Chat Pass a druhý pak  
1541 kombinuje Video Pass, Music Pass a Social Pass. Spotřebitel, jež využívá služeb společnosti  
1542 Vodafone si tak může ke svému Mobilnímu tarifu s daty aktivovat příslušný typ balíčku Pass či  
1543 Multipass, odpovídající jeho preferenci, a optimalizovat tak svou finální platbu za využívání  
1544 datových služeb. Obdobně se mohou chovat spotřebitelé využívající služeb společnosti T-  
1545 Mobile, která má v nabídce balíček StreamOn, jež umožňuje za paušální cenu<sup>87</sup> spotřebovat  
1546 datově neomezené množství obsahu typu video a audio prostřednictvím aplikací  
1547 spolupracujících partnerů.

1548 V souvislosti s výše uvedenými nabídkami společností Vodafone a T-Mobile Úřad  
1549 uvádí, že společnost O2 nabízela od června do konce roku 2018 v pilotním provozu k Mobilním  
1550 tarifům s daty (minimálně 1,5 GB a více) doplňkový datový balíček **Nekonečná data**<sup>88</sup>, který  
1551 umožňoval po vyčerpání datového limitu obsaženého v tarifu, čerpat objemově neomezené  
1552 množství dat, ovšem již se značně omezenými rychlostmi (1 Mb/s pro stahování dat a 250  
1553 kb/s pro odesílání dat), a který mohl teoreticky konkurovat výše zmíněným nabídkám  
1554 společností Vodafone a T-Mobile.

1555 Při hodnocení uvedených služeb Vodafone Pass a StreamOn, eventuálně Nekonečná  
1556 data, Úřad konstatuje, že **mohou mít významný pozitivní dopad na koncovou cenu**  
1557 **(a rovněž v přepočtu na jednotkovou cenu), kterou spotřebitel zaplatí za používání**  
1558 **mobilních datových služeb.** Současně, v návaznosti na odlišné vlastnosti a parametry  
1559 jednotlivých popsaných služeb, je nutné konstatovat, že tato jejich heterogenita může do určité  
1560 míry ztěžovat možnost monitorování referenčního bodu, tedy ceny mobilních služeb.

1561 ***Předběžný závěr ke kapitole 7.1.2.4 Homogenita služeb:***

1562 Celkově tak Úřad hodnotí srovnávané maloobchodní služby jako částečně homogenní  
1563 – zejména pokud jde o technické parametry, dostupnost těchto služeb a způsob jejich užití (vč.  
1564 kompatibility koncových zařízení napříč mobilními sítěmi v ČR). Současně však shledává i  
1565 jejich částečnou heterogenitu – a to zejména při srovnání tzv. rodinných nabídek, speciálních  
1566 datových balíčků typu StreamOn a Pass, neveřejných nabídek (jejich zastoupení viz Tab. č.  
1567 16) a obecně ve výši cen, které ačkoliv se pohybují v určité shodné cenové hladině, se  
1568 v konkrétních nabídkách kombinujících hlasové, SMS a datové služby jednotlivých síťových  
1569 operátorů vzájemně odlišují. A to ve svém důsledku může ztěžovat možnost monitorování  
1570 referenčního bodu a tím znesnadňovat případnou možnost koordinovaného jednání a jeho

---

<sup>85</sup> Cena balíčků typu Pass (Social, Music, Chat) je 99 Kč, resp. 199 Kč u balíčku Video Pass.

<sup>86</sup> Cena balíčků typu Multipass je 299 Kč.

<sup>87</sup> Cena balíčku StreamOn je 249 Kč.

<sup>88</sup> <https://www.o2.cz/osobni/podminky-nekonecno-dat/>

1571 udržitelosti v čase. Uvedené dílčí kritérium tak neindikuje zcela způsobilost trhu k tacitní  
1572 koluzi.

1573 **Tab. č. 16 OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** Přehled zastoupení neveřejných nabídek,  
1574 **rodinných nabídek a speciálních datových balíčků u MNO v segmentu**  
1575 **spotřebitelů využívajících Mobilní tarify s daty<sup>89</sup>**

	Neveřejné nabídky	Rodinné tarify	Speciální datové balíčky
Operátor 1	39,17%	21,89%	
Operátor 2	33,00%	9,96%	
Operátor 3	21,54%	11,74%	
<b>Celkem</b>	<b>21,54%</b>	<b>13,49%</b>	<b>1,12%</b>

1576

1577 Zdroj: ČTÚ na základě údajů od MNO

### 1578 7.1.2.5 Absence faktorů destabilizujících trh

1579 Úřadu v současné době není znám významný faktor strukturálního, právního či  
1580 technologického rázu, který by mohl v České republice v horizontu časového vymezení  
1581 analýzy, tj. 3 let, destabilizovat trh mobilních služeb.

1582 Významnou roli může z hlediska úrovně konkurenčního prostředí sehrát aukce na  
1583 udělení práv k využívání rádiových kmitočtů v pásmu 700 MHz pro budování sítí 5. generace,  
1584 která proběhne ve druhé polovině roku 2019, a s ní související možný příchod nového  
1585 síťového operátora na trh. Vzhledem k plánovanému harmonogramu pro zprovoznění sítí  
1586 5. generace, tj. během období 2 let (částečné) až 4 let (úplné) od vydražení rádiových  
1587 kmitočtů, se však dopady na zákazníky tohoto možného faktoru promítají do období po  
1588 časovém vymezení analýzy.

1589 Určitý dopad na trh může mít i aktuální situace ohledně otázky kybernetické  
1590 bezpečnosti u čínských výrobců síťových prvků HUAWEI a ZTE<sup>90</sup>, kdy zejména v případě  
1591 HUAWEI se jedná o významného infrastrukturního dodavatele mobilních síťových operátorů  
1592 v České republice, a využití infrastruktury od jiného dodavatele, než bylo dosud plánováno, by  
1593 mohlo znamenat zpoždění výstavby 5G sítí a rovněž zvýšení nákladů na jejich výstavbu.  
1594 S ohledem na fakt, že společnost HUAWEI je dodavatelem všech tří MNO v ČR, však Úřad  
1595 nepředpokládá, že by tato situace sehrála roli ve prospěch (či neprospěch) jednoho  
1596 konkrétního MNO. V současné době také nelze předjímat, jaké budou u jednotlivých MNO  
1597 výsledky nařízených bezpečnostních auditů ze strany NÚKIB, a jaké eventuální konsekvence  
1598 pro ně budou z daných výsledků vyplývat.

#### 1599 **Předběžný závěr ke kapitole 7.1.2.5 Absence faktorů destabilizujících trh:**

1600 Úřad v rámci předběžného vyhodnocení tohoto kritéria neshledal na trhu existenci  
1601 významných faktorů destabilizujících trh, nicméně připravovaná aukce a možný vstup nového  
1602 operátora na trh může částečně působit ve vymezeném období následujících tří let

<sup>89</sup> U neveřejných nabídek se jedná o údaj (%), týkající se spotřebitelů využívajících aktuálně nabízené Mobilní tarify s daty.

<sup>90</sup> Viz [varování Národního úřadu pro kybernetickou a informační bezpečnost \(dále také „NÚKIB“\) ze 17. prosince 2018.](#)

1603 destabilizačně. Uvedené dílčí kritérium tak ne zcela svědčí ve prospěch způsobilosti trhu  
1604 k tacitní koluzi.

#### 1605 **7.1.2.6 Výhodnost tacitní koluze z hlediska dlouhodobého zisku**

1606 Ze samotné ekonomické teorie vyplývá, že pro soutěžitele **na oligopolním trhu** je  
1607 ekonomicky výhodnější, když využívají koordinovanou strategii, ať už ve smluvní či tacitní  
1608 podobě, neboť tak dosahují vyšších cen (a tím i tržeb a výnosů) oproti situaci, kdy by si cenově  
1609 konkurovali.

1610 Úřad tedy v analýze posuzuje, zda by koordinované jednání v podobě tacitní koluze  
1611 bylo pro síťové operátory T-Mobile, O2 a Vodafone dlouhodobě výhodné či nikoliv.

1612 Výhodnost hypotetické tacitní koluze z hlediska dlouhodobého zisku mohla být na trhu  
1613 mobilních služeb v České republice modelově ověřena již v minulosti, a to konkrétně od roku  
1614 2013.

1615 Poté, co Úřad provedl veřejnou konzultaci analýzy relevantního trhu č. 8<sup>91</sup> a vyhlásil  
1616 výběrové řízení na rádiové kmitočty v pásmech 800 MHz, 1800 MHz a 2600 MHz<sup>92</sup>, představila  
1617 v dubnu 2013 společnost O2 nečekaně nové neomezené tarify, kdy hlavním tarifem této  
1618 nabídky byl tarif Free O2 CZ, který za cenu 749 Kč nabízel neomezené volání a SMS do všech  
1619 sítí v ČR a 1 GB mobilních dat. Nabídka tohoto typu byla do té doby bezprecedentní  
1620 a znamenala skokové snížení ceny zhruba o 2/3. Takový krok měl samozřejmě značnou  
1621 pozitivní odezvu u zákazníků, jak tehdy deklarovala sama společnost O2<sup>93</sup>, která se  
1622 projevovala i nárůstem objednávek nových tarifů. Zbylí dva síťoví operátoři ovšem během 1-  
1623 2 dnů tuto nabídku společnosti O2 dorovnali a následně se tato nabídka (která se ustálila na  
1624 konfiguraci neomezené volání a SMS v ČR a 1,5 GB mobilních dat za cenu 750 Kč) udržela  
1625 u síťových operátorů v prakticky nezměněné podobě po dobu 4 let. Teprve na jaře 2017,  
1626 v době, kdy Úřad zpracovával test tří kritérií pro trh mobilních služeb, byly tarifní nabídky  
1627 síťových operátorů aktualizovány a datové objemy v neomezených hlasových a SMS tarifech  
1628 se zhruba ztrojnásobily. Ačkoliv nabídky síťových operátorů nejsou v současné době tak  
1629 prvoplánově shodné jako v předešlém čtyřletém období, tak nikdo z nich nenabízí zákazníkům  
1630 natolik odlišnou nabídku (například výrazně vyšším objemem dat), že by to pro zákazníky,  
1631 s ohledem na jejich potřebu využívat datové služby, znamenalo impuls k hromadnému  
1632 přechodu k takovému poskytovateli.

1633 Hypotetická tacitní koluze, kdy je z individuálně-pragmatických důvodů ze strany  
1634 síťových operátorů udržována shodná cenová hladina za srovnatelné služby, tak může  
1635 pokračovat i v současné době, neboť by to bylo pro zainteresované strany výhodnější než se  
1636 pokusit významně si cenově konkurovat a zvýšit tak svůj tržní podíl (a výnosy), jak ukazuje  
1637 případ společnosti O2 z roku 2013, kdy ona sama, vzhledem k okamžité reakci konkurentů,

---

<sup>91</sup> <https://www.ctu.cz/vyzva-k-uplatneni-pripominek-k-navrhu-opatreni-obecne-povahy-analyzy-trhu-c-a8xx2012-y-trhu-c-8-0>

<sup>92</sup> <https://www.ctu.cz/vyhlaseni-vyberoveho-rizeni-na-kmitocty-v-pasmech-800-mhz-1800-mhz-2600-mhz-2013>

<sup>93</sup> [https://mobil.idnes.cz/nove-tarify-o2-free-maji-zvysit-vynos-na-klienta-fff-/mobilni-operatori.aspx?c=A130415\\_155520\\_mobilni-operatori\\_apo](https://mobil.idnes.cz/nove-tarify-o2-free-maji-zvysit-vynos-na-klienta-fff-/mobilni-operatori.aspx?c=A130415_155520_mobilni-operatori_apo)

1638 prakticky nic nezískala a všichni tři síťoví operátoři naopak trtili tím, že došlo k významnému  
1639 poklesu cen, což mělo negativní dopad na výši jejich tržeb.

1640 **Předběžný závěr ke kapitole 7.1.2.6 Výhodnost tacitní koluze z hlediska dlouhodobého**  
1641 **zisku:**

1642 S ohledem na výše uvedené Úřad předběžně hodnotí uvedené dílčí kritérium za  
1643 splněné a svědčící ve prospěch způsobilosti trhu k tacitní koluzi.

1644 **Předběžný závěr ke kapitole 7.1 Způsobilost trhu k tacitní koluzi:**

1645 Poté, co Úřad výše zhodnotil jednotlivá kritéria – tj. **existenci referenčního bodu**  
1646 **a symetrické postavení dotčených subjektů**, kdy v tomto bodě hodnotil i další dílčí kritéria<sup>94</sup>,  
1647 (u kterých však není podmínkou jejich kumulativní splnění), Úřad konstatuje, že dle jeho  
1648 celkového hodnocení trh mobilních služeb v ČR vykazuje způsobilost k tacitní koluzi. Při  
1649 vyhodnocení způsobilosti trhu k tacitní koluzi Úřad v předběžném hodnocení přihlédl zejména  
1650 k nalezení referenčního bodu, dostatečně symetrickému postavení jednotlivých soutěžitelů  
1651 měřeném tržními podíly na vymezeném trhu, ze kterých nejsou patrné významné změny  
1652 v čase, vertikální integraci všech hlavních soutěžitelů na mobilním trhu, převažující  
1653 homogenitě služeb a též k dovozené výhodnosti dodržování společné strategie. Kritérium  
1654 podobné struktury nákladů Úřad v předběžném celkovém vyhodnocení způsobilosti trhu  
1655 k tacitní koluzi nepovažuje za klíčové, a to zejména s ohledem na skutečnost, že i přes  
1656 uvedenou rozdílnost jak struktury, tak výše celkových nákladů, vykazují služby nabízené  
1657 mobilními síťovými operátory na maloobchodním trhu značnou míru podobnosti (nabízejí  
1658 služby s obdobnými parametry za relativně podobné ceny).

1659 **7.2 Možnost monitorování odklonů od podmínek společné strategie**

1660 V této části se Úřad zabývá hodnocením, zda dotčené subjekty účastníci se společné  
1661 strategie formou tacitní koluze mají dostatečné prostředky na monitorování a kontrolu  
1662 ostatních dotčených subjektů, zda se neodklánějí od podmínek společné strategie.

1663 **7.2.1 Transparentnost trhu**

1664 Ve vztahu k referenčnímu bodu uvedenému v kapitole 7.1.1, tj. k ceně mobilních  
1665 služeb, Úřad uvádí, že je možno trh mobilních služeb v České republice považovat za značně  
1666 transparentní. A to díky tomu, že zainteresovaní operátoři mohou své nabídky a ceny  
1667 vzájemně monitorovat prostřednictvím povinně zveřejňovaných ceníků na maloobchodním  
1668 trhu mobilních služeb, a to jak síťových, tak virtuálních operátorů<sup>95</sup>. K uvedenému  
1669 monitorování mohou též přispívat specializované cenové kalkulačky - tedy srovnávače  
1670 nabídek jednotlivých poskytovatelů mobilních služeb na trhu.

---

<sup>94</sup> Tj. podobné tržní podíly, podobnou strukturu nákladů, vertikální integraci, homogenitu služeb, absenci faktorů destabilizujících trh a výhodnost tacitní koluze z hlediska dlouhodobého zisku .

<sup>95</sup> Cena vymykající se společné strategii v nabídce MVNO by poskytovala zbylým zainteresovaným subjektům informaci o odchýlení se od možné tacitní koluze na velkoobchodním trhu. Ačkoliv lze teoreticky uvažovat situaci, kdy by MVNO, zejména se silným kapitálovým zázemím (např. SAZKA a.s.), podezřele nízkou cenu (z pohledu možné tacitní koluze) dovoval s cílem zvýšit svůj tržní podíl, nelze předpokládat, že by tak některý z MVNO v realitě činil (doposud se tak nestalo), neboť by tak pouze snižoval své celkové výnosy (až do záporných čísel) bez vidiny, že by z posílené tržní pozice mohl profitovat, neboť jeho velkoobchodní závislost na MNO by se nikterak nezměnila, a vzniklá ztráta by se v budoucnu jen kumulovala.

1671 Transparentnosti trhu mobilních služeb může rovněž napomáhat činnost *Asociace*  
1672 *provozovatelů mobilních sítí*, jak Úřad popisuje v následující kapitole 7.2.2.

1673 Stejně tak mohou transparentnost cíleně posilovat samotní síťoví operátoři způsobem  
1674 své externí komunikace, a to např. v situacích kdy s předstihem oznamují svým zákazníkům  
1675 (a současně tak i konkurenčním soutěžitelům nebo také možným účastníkům tacitní koluze),  
1676 že v budoucnu začnou nabízet určitý typ služby. Tímto způsobem signalizují ostatním svůj  
1677 záměr a dávají jim prostor na reakci, tak aby mohla být udržena koluzivní strategie.

1678 Příkladem jednání, které by mohlo být takto hodnoceno, je představení balíčků  
1679 Vodafone PASS. Společnost Vodafone v tiskové zprávě ze dne 5. října 2017<sup>96</sup> oznamuje, že  
1680 od tohoto data nabízí zákazníkům služby *Chat Pass* a *Social Pass* a současně představuje  
1681 rovněž balíčky *Music Pass* a *Video Pass* a s předstihem informuje, že je bude nabízet od 15.  
1682 listopadu 2017. Na což ve večerních hodinách, poměrně netypickým způsobem –  
1683 prostřednictvím twitterového účtu (viz Obr. č. 3), reaguje společnost T-Mobile, která bez  
1684 bližších informací avizuje „*hudbu a videa bez omezení v jednom balení*“ se shodným datem  
1685 spuštění, tj. 15. listopadem 2017. V tento den pak T-Mobile představil svou nabídku služby  
1686 StreamOn<sup>97</sup>.

1687 Obdobným způsobem, tedy s předstihem, společnost Vodafone informovala rovněž  
1688 o budoucí nabídce tarifu *Red Naplno 60 GB* (za 2.777 Kč), kdy v tiskové zprávě ze dne  
1689 10. května 2017<sup>98</sup> avizovala, že bude tento tarif nabízet v druhé polovině roku (2017).

1690 **Obr. č. 3: Avízo služby StreamOn společnosti T-Mobile ze dne 5. 10. 2017**



1691

1692 Zdroj: Twitter

1693 Při hodnocení transparentnosti trhu však Úřad současně vzal v potaz i faktory, které  
1694 zainteresovaným mobilním operátorům mohou do určité míry komplikovat schopnost

---

<sup>96</sup> Dostupná zde: <https://www.vodafone.cz/o-vodafone/o-spolecnosti/pro-media/tiskove-zpravy/detail/vodafone-pass-budoucnost-je-datovani-bez-pocitani/>

<sup>97</sup> Viz tisková zpráva: <http://www.t-press.cz/cs/tiskove-materialy/tiskove-zpravy-t-mobile/t-mobile-prinasi-na-cesky-trh-neomezene-streamovani-hudby-a-vidoa.html>

<sup>98</sup> Viz <https://www.vodafone.cz/o-vodafone/o-spolecnosti/pro-media/tiskove-zpravy/detail/red-naplno-nove-tarify-vodafone-jsou-plne-dat/>



1695 monitorování referenčního bodu – cenu mobilních služeb, která je spotřebitelům reálně  
1696 účtována – tzn. mimo rámec veřejných ceníků základních služeb.

1697 V tomto smyslu může být významným faktorem oblast **neveřejných nabídek**, které  
1698 jsou ze své podstaty netransparentní, a v určité míře i oblast **rodinných nabídek**, u kterých  
1699 lze jen poměrně komplikovaně odhadovat či kalkulovat, jakou cenu bude konkurenční  
1700 soutěžitel danému spotřebiteli účtovat, s ohledem na vnitřní strukturovanost a variabilitu těchto  
1701 rodinných nabídek, kdy výsledná cena pro konkrétního zákazníka je závislá na individuální  
1702 skladbě a rozsahu využitých služeb či bonusů. Z pohledu transparentnosti trhu je tak pro  
1703 konkurenčního soutěžitele hůře odhadnutelné, na jakou část zákaznické báze daného  
1704 operátora a v jakém rozsahu (výše průměrné slevy či přepočtené jednotkové ceny), a návazně  
1705 na jakou část celého trhu, budou mít nabídky toho typu vliv.

1706 Při hodnocení transparentnosti trhu tak Úřad hodnotil tržní prostředí, ve kterém, dle  
1707 údajů, jež byly Úřadu poskytnuty operátory v rámci jiné úřední činnosti, v průměru, v průměru  
1708 31 %<sup>99</sup> spotřebitelů (konkrétně **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** % u T-Mobile, **OBCHODNÍ**  
1709 **TAJEMSTVÍ** % u Vodafone a **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** % u O2) s aktuálně nabízenými  
1710 Mobilními tarify s daty, čerpá slevu, která je u jednotlivých MNO poskytována v průměrné výši  
1711 u jednotlivých aktuálně nabízených tarifů od 21 % do 79 %. Mediánem procentních slev v  
1712 rámci retenčních nabídek je hodnota 36,87 %. Dále zde existuje skupina spotřebitelů, kteří  
1713 využívají rodinné nabídky – v průměru 13 % z celkového počtu SIM karet s Mobilními tarify s  
1714 daty<sup>100</sup>. A také v průměru 1 %<sup>101</sup> spotřebitelů z celkového počtu SIM karet s Mobilními tarify s  
1715 daty, využívá speciální datové balíčky typu Pass, StreamOn a Nekonečná data.

1716 Z hlediska hodnocení Úřadu se jedná část trhu, jak ukazuje Tab. č. 16, u které může  
1717 být schopnost monitorování referenčního bodu ze strany konkurenčních soutěžitelů do určité  
1718 míry potlačena. Současně si je však Úřad vědom, že existují nástroje, které oslabují  
1719 netransparentnost této části maloobchodního trhu, a které MNO mohou využívat a získat tak  
1720 neveřejné informace z trhu (např. o neveřejných nabídkách). Mohou to být například služby  
1721 specializovaných agentur, poskytujících mj. tzv. mystery shopping. Sami MNO mohou  
1722 průběžně získávat představu o míře a obsahu neveřejných nabídek ostatních soutěžitelů, a to  
1723 díky vlastním retenčním procesům, kdy přímo komunikují se svými zákazníky, kteří jim  
1724 signalizují úmysl odejít k jinému operátorovi, a dotazují se jich na důvody uvažovaného  
1725 odchodu a parametry předmětné nabídky, díky níž daný zákazník uvažuje o změně operátora,  
1726 či již podal výpověď účastnické smlouvy.

1727 Z pohledu transparentnosti trhu a obecně možnosti monitorovat chování ostatních  
1728 konkurentů vč. monitorování případného odklonu od podmínek společné strategie je důležitým  
1729 faktorem také skutečnost, že přechod účastníků mezi mobilními operátory je, s ohledem na  
1730 vysokou penetraci trhu a možnost ponechání si stávajícího telefonního čísla, ve významné  
1731 míře realizován formou portace (přenesení) telefonního čísla. Soutěžitel se tedy s ohledem na  
1732 službu přenositelnosti čísel a existenci databáze přenesených čísel (včetně informací o

---

<sup>99</sup> Jedná se o aritmetický průměr z hodnot jednotlivých MNO k datu 30. 6. 2018.

<sup>100</sup> Úřad si je vědom skutečnosti, že v uvedené hodnotě může být určitá míra překryvu (duplicity), neboť daný spotřebitel využívá současně neveřejné i rodinné nabídky.

<sup>101</sup> I zde si je Úřad vědom možného překryvu (duplicity) s rodinnými nabídkami, resp. neveřejnými nabídkami, kdy takové služby může využívat jak zákazník s cenikovou cenou, tak i zákazník s neveřejnou nabídkou a cenou.

1733 plánovaných portací) dozvídá o tom, že jej zákazník opouští, a který z jeho soutěžitelů jej  
1734 získal. Z tohoto pohledu se tedy jeví jako velmi nepravděpodobné že by některý z mobilních  
1735 operátorů agresivní soutěžní nabídkou (veřejnou či neveřejnou) kumuloval dostatečné zvýšení  
1736 tržního podílu bez povšimnutí ostatních soutěžitelů a tedy bez vyvolání jejich reakce, neboť  
1737 ostatní soutěžitelé se okamžitě dozvědí o každém odcházejícím zákazníkovi.

### 1738 **Předběžný závěr ke kapitole 7.2.1 Transparentnost trhu:**

1739 Na základě výše uvedeného, Úřad hodnotí trh mobilních služeb jako dostatečně  
1740 transparentní, aby mohl být potenciálními účastníky tacitní koluze efektivně monitorován  
1741 zejména z hlediska referenčního bodu, tedy ceny mobilních služeb. Úřad se k tomuto  
1742 hodnocení přiklání i s vědomím, že na části trhu (týkající se zejména neveřejných nabídek)  
1743 musí MNO pravděpodobně využívat dostupné nástroje, vč. analytických, než jen pouhé  
1744 srovnávání veřejně dostupných ceníků či reklamních informací.

### 1745 **7.2.2 Vazby mezi subjekty**

1746 V tomto kritériu Úřad hodnotí, zda mezi zainteresovanými subjekty existují formální či  
1747 neformální druhy vazeb, které by byly pro Úřad náznakem, že společná strategie mezi těmito  
1748 subjekty je možná. Úřad si na základě síly a četnosti těchto vazeb vytváří představu (plynoucí  
1749 z vyhodnocení i dalších kritérií) o míře transparentnosti relevantního trhu.

1750 Při hodnocení tohoto kritéria Úřad bere v potaz existenci *Asociace provozovatelů*  
1751 *mobilních sítí*<sup>102</sup> (dále také jen Asociace), jejímiž (zakládajícími) členy jsou síťoví operátoři  
1752 Vodafone Czech Republic a.s., O2 Czech Republic a.s. a T-Mobile Czech Republic a.s.<sup>103</sup>,  
1753 v rámci níž existují jak formální, veřejně deklarované vazby, tak jistě jak je běžné i vazby  
1754 v neformální rovině. Témata, kterými se Asociace mj. zabývá, uvádí přímo na svých webových  
1755 stránkách<sup>104</sup>:

- 1756 - *společná stanoviska odvětví k otázkám, které souvisí s podmínkami rozvoje*
- 1757 *a fungování veřejných mobilních sítí v České republice,*
- 1758 - *otázky spojené s technickými, bezpečnostními, etickými a dalšími standardy*
- 1759 *používanými na českém trhu mobilních komunikací,*
- 1760 - *souhrnná statistická data o českém mobilním trhu.*

1761 Ve svých stanovách<sup>105</sup> Asociace mj. přímo uvádí: „*Asociace chrání společný zájem*  
1762 *svých členů stejně jako individuální zájem svých členů, pokud není v rozporu se zájmem*  
1763 *společným.*“. Asociace dále podle svých stanov mj.:

- 1764 - vytváří své vlastní průzkumy a analýzy,
- 1765 - vytváří pracovní skupiny,
- 1766 - organizuje výměnu poznatků a informací mezi svými členy,

---

<sup>102</sup> <http://www.apms.cz/>

<sup>103</sup> Řádným členem je ještě společnost Nordic Telecom s.r.o.

<sup>104</sup> <http://www.apms.cz/o-nas/kdo-jsme>

<sup>105</sup> <http://www.apms.cz/o-nas/stanovy-asociace>

1767 - hájí společný zájem svých členů při jednáních s představiteli vlády, politických  
1768 stran a hnutí, odbory, zájmovými skupinami, veřejnou správou, národními  
1769 a mezinárodními institucemi.

1770 Ačkoliv Úřad nikterak nezpochybňuje legitimitu Asociace ani její deklarované  
1771 dodržování platných právních předpisů a pravidel hospodářské soutěže, nemůže rovněž  
1772 pominout, že se jedná o významnou platformu, která může svou činností zvyšovat míru  
1773 transparentnosti trhu mobilních služeb a rovněž vytvářet příznivé podmínky pro adaptaci členů  
1774 na vzájemné soutěžní strategie a anticipaci budoucího jednání členů, a tím usnadňovat možný  
1775 vznik tacitní koluze.

1776 Při vyhodnocování tohoto kritéria *Vazby mezi subjekty* se Úřad zabýval i úvahou nad  
1777 možnou tacitní koluzí pouze mezi společnostmi O2 a T-Mobile, a to na základě možných  
1778 bližších vazeb plynoucích ze sdílení mobilních sítí. Pro účely sdílení sítí dochází mezi  
1779 sdílejícími subjekty k předávání informací pouze o základní infrastruktuře sítě (poloha umístění  
1780 BTS ve sdílením území), ke kterému vůči společnosti Vodafone nedochází, a mohlo by tak  
1781 naznačovat možnou koordinaci pouze mezi těmito subjekty. S ohledem na skutečnost že  
1782 sdílení sítí v současné době probíhá mezi společnostmi CETIN a T-Mobile, kdy společnost O2  
1783 využívá infrastrukturu mobilní sítě prostřednictvím outsourcingu od společnosti CETIN, je  
1784 nežádoucí výměna informací ztížena, neboť již sama společnost O2 disponuje pouze  
1785 omezenými informacemi, získanými od společnosti CETIN. Dále je nutno uvést, že obě  
1786 společnosti – CETIN a T-Mobile – si v souvislosti se sdílením sítí vyměňují výhradně informace  
1787 technického, infrastrukturního rázu o mobilních sítích, a nikoliv informace, týkající se  
1788 samotných mobilních služeb a jejich parametrů. Úřad tak konstatuje, že výměnu informací  
1789 o kvalitativních parametrech mobilních služeb hodnotí jako nereálnou a současně s ohledem  
1790 na skutečnost, že parametr kvality poskytovaných služeb nestanovil ani jako referenční bod  
1791 (viz kapitola 7.1.1) hodnotí možnou tacitní koluzi pouze mezi společnostmi O2 a T-Mobile jako  
1792 nepravděpodobnou. K této úvaze Úřad rovněž konstatuje že není pravděpodobné, že by tacitní  
1793 koluze byla udržitelná pouze mezi dvěma subjekty (O2 a T-Mobile), a to z důvodu  
1794 kompenzační tržní síly třetího MNO, tedy společnosti Vodafone, jak již Úřad uvedl v kapitole  
1795 7.1.2.2.

#### 1796 ***Předběžný závěr ke kapitole 7.2.2 Vazby mezi subjekty:***

1797 Z hlediska závěrů sdílení sítí mezi CETIN a T-Mobile Úřad neshledal existenci vazeb mezi  
1798 posuzovanými subjekty, která by s ohledem na stanovený referenční bod zvyšovala  
1799 transparentnost trhu. Nicméně při zohlednění existence Asociace provozovatelů mobilních sítí  
1800 Úřad shledal určitou možnost existence vazeb mezi subjekty, které mohou zvyšovat míru  
1801 transparentnosti trhu a tím usnadňovat vznik tacitní koluze. ***Předběžný závěr ke kapitole 7.2***  
1802 ***Možnost monitorování odklonů od podmínek společné strategie:***

1803 Na základě výše uvedeného předběžného vyhodnocení, týkajícího se transparentnosti  
1804 trhu a vazeb mezi subjekty, Úřad předběžně hodnotí, že kritérium schopnosti monitorování  
1805 odklonu od podmínek společné strategie ze strany potenciálních účastníků tacitní koluze lze  
1806 hodnotit jako splněné.

1807 **7.3 Účinné odvetné mechanizmy**

1808 Zde Úřad hodnotí existenci odvetných mechanismů, které by působily preventivně  
1809 k zachování udržitelné koluzivní strategie. Tedy, zda zainteresované subjekty mají možnost  
1810 odvetně reagovat na odchýlení se od podmínek společné strategie.

1811 Z hlediska charakteristiky trhu se Úřad zabýval zejména posouzením *symetrického*  
1812 *postavení dotčených subjektů, povahou dlouhodobých a krátkodobých zisků a povahou*  
1813 *referenčního bodu*, jak je popsáno v kapitolách 7.1.1 a 7.1.2.

1814 Hypotetický odvetný mechanismus, jak bylo uvedeno v kapitole 7.1.2.6, mohl být  
1815 v podmínkách trhu mobilních služeb v České republice demonstrován již v roce 2013, kdy  
1816 proběhla ze strany operátorů Vodafone a T-Mobile **okamžitá reakce na změnu ceny**, poté co  
1817 společnost O2 nečekaně a výrazným způsobem jednostranně snížila cenu neomezených  
1818 hlasových a SMS tarifů. V reakci na tento krok O2, pak během jednoho, respektive dvou dnů  
1819 byla tato nabídka dorovnána ostatními dvěma síťovými operátory. Tento precedent, který  
1820 v praxi ukázal, že možné odchýlení se od společné strategie může být ihned potrestáno  
1821 okamžitou reakcí ze strany ostatních hráčů, a nevede tak k získání tržní výhody pro toho, kdo  
1822 se od koluzivní strategie odchýlil, může hypoteticky dodnes fungovat jako účinný preventivní  
1823 odvetný mechanismus, který mohou mít dotčené subjekty na zřeteli. V této souvislosti Úřad  
1824 uvádí, že se nemuselo jednat o pouhé cenové následování, kdy by došlo jen k dorovnání ceny,  
1825 a zákazník by mohl jinak profitovat z necenové konkurence (např. z rozdílného mixu služeb  
1826 v cenově stejné nabídce).

1827 **Úřad se domnívá, že popsaný hypotetický odvetný mechanismus, tedy okamžitá**  
1828 **reakce na změnu ceny některého ze soutěžitelů, může být kdykoliv v budoucnu použit,**  
1829 **a jedná se o dostatečně silný nástroj, který má potenciál jakéhokoliv ze soutěžitelů**  
1830 **odradit od odklonu od tacitní koluze.**

1831 ***Předběžný závěr ke kapitole 7.3 Účinné odvetné mechanizmy:***

1832 Úřad na základě výše popsaného možného odvetného mechanismu konstatuje, že  
1833 kritérium existence účinných odvetných mechanismů lze považovat za splněné.

1834 **7.4 Reakce subjektů stojících mimo společnou strategii**

1835 Zde Úřad v následujících kritériích hodnotí, zda osoby stojící mimo společnou strategii  
1836 zainteresovaných subjektů mohou ohrozit její výsledky.

1837 **7.4.1 Překážky vstupu na trh**

1838 V obecné rovině lze konstatovat, že v oblasti elektronických komunikací jsou překážky  
1839 vstupu zpravidla vysoké, zejména z důvodu omezenosti rádiových kmitočtů a také z důvodu  
1840 vysokých vstupních investic a utopených nákladů.

1841 V podmínkách České republiky platí, jak již bylo Úřadem dříve konstatováno<sup>106</sup>, že  
1842 kontrola infrastruktury je vzhledem k omezeným přírodním zdrojům (frekvence) pro nově  
1843 vstupující síťové operátory významnou a trvalou překážkou vstupu na trh mobilních služeb.  
1844 Ačkoliv byla tato překážka opakovaně Úřadem nastavenými podmínkami v rámci aukcí  
1845 volných kmitočtů zmírněna (možností národního roamingu v sítích 2G, 3G a LTE pro  
1846 případného nově vstupujícího síťového operátora i s podporou přímého vyhrazení spektra),  
1847 tuto možnost doposud nikdo nevyužil.

1848 **Je tedy zřejmé, že síla této překážky byla dosud pro potenciální nové síťové**  
1849 **operátory značně vysoká, a z tohoto důvodu je naopak hrozba pro stávající**  
1850 **zainteresované subjekty potenciální tacitní koluze, které v současné době disponují**  
1851 **zhruba stejným přidělem rádiových kmitočtů v současné době používaných a vhodných**  
1852 **pro poskytování mobilních služeb (viz Tab. č. 17), poměrně malá. A to i přesto, že Úřad**  
1853 **vytváří a posiluje podmínky vstupu nového hráče na trh.**

1854 **Tab. č. 17: Přehled přidělených rádiových kmitočtů**

MNO	800 MHz	900 MHz	1800 MHz	2100 MHz	2600 MHz (párová)	Součet:
O2 Czech Republic a.s.	10	12,4	27,8	20	20	90,2
T-Mobile Czech Republic a.s.	10	12,4	20	20	30	92,4
Vodafone Czech Republic a.s.	10	10	27	20	20	87

1855

1856 Zdroj: ČTÚ

1857 Přestože v roce 2019 proběhne nová aukce radiových kmitočtů, využitelných zejména  
1858 pro síť 5. generace, a otevře se tak další šance pro vstup nového síťového operátora, nelze  
1859 v současné době předjímat, jak samotná aukce dopadne, a zda ke vzniku nového MNO na  
1860 trhu mobilních služeb v České republice dojde. Současně dopady eventuálního vzniku nového  
1861 MNO na spotřebitele by byly již za hranicí časového vymezení této analýzy, jak již Úřad  
1862 konstatoval v kapitole 2 Vymezení maloobchodního trhu.

#### 1863 **Předběžný závěr ke kapitole 7.4.1 Překážky vstupu na trh:**

1864 Úřad v rámci daného kritéria a též v návaznosti na závěry provedeného testu tří kritérií,  
1865 který předcházal této analýze shledal na vymezeném trhu existenci značných a nikoliv  
1866 dočasných překážek vstupu na trh, které brání rozvoji konkurence i přes připravovanou aukci,  
1867 která je nástrojem pro snižování překážek vstupu síťového operátora na trh .

#### 1868 **7.4.2 Tržní síla na straně poptávky**

1869 V tomto kritériu Úřad posuzuje, zda mají kupující takovou kompenzační sílu, která by  
1870 mohla ovlivnit nabídku natolik, že by svým vlivem docílili stanovení poptávkově určené ceny,  
1871 neboť tato cena je zpravidla nižší než cena nabízená spolupracujícími subjekty (v rámci tacitní  
1872 koluze).

---

<sup>106</sup> Viz <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/stranky/223526/soubory/trhmobilnichsluzebt3k-kezverejneniverejnaverze.pdf>, str. 28.

1873 Jak již Úřad popsal v kapitole 2.5 v souvislosti se zákaznickou segmentací, je  
1874 v podmínkách České republiky na trhu mobilních služeb z hlediska kompenzační síly  
1875 diametrálně odlišná situace u firemních zákazníků a u domácností (tj. spotřebitelů)  
1876 v neprospěch domácností. Toto odlišné postavení se pak promítá do rozdílných cen, kdy  
1877 domácnosti platí oproti firemním zákazníkům výrazně vyšší ceny (viz zákaznická segmentace  
1878 v kapitole 2.5).

1879 Úřad zaregistroval, že v období zhruba posledních dvou let se spotřebitelé pokusili  
1880 zvýšit svou vyjednávací sílu, a prostřednictvím různých spotřebitelských organizací či  
1881 municipalit se několikrát spojili do větších celků, objemově ekvivalentních k velkým firemním  
1882 zákazníkům. Jejich cílem bylo získat obdobné nabídky jako velcí firemní zákazníci. Tyto  
1883 snahy<sup>107</sup> však doposud nenalezly odezvu u mobilních operátorů, zejména síťových.

1884 **Ačkoliv je část spotřebitelů schopna si individuálně vyjednávat výhodnější**  
1885 **cenové podmínky oproti cenikovým sazbám, jak Úřad uvádí v kapitole 2.4, setrvávají**  
1886 **spotřebitelé vůči operátorům ve slabší pozici a nejsou tak schopni dosáhnout**  
1887 **poptávkově určené ceny, jako je tomu u velkých firemních zákazníků.**

1888 ***Předběžný závěr ke kapitole 7.4.2 Tržní síla na straně poptávky:***

1889 Na základě předběžného hodnocení uvedeného kritéria Úřad konstatuje, že na  
1890 vymezeném trhu nenalezl na poptávkové straně dostatečně silnou kompenzační sílu, která by  
1891 byla schopna zhatit společnou strategii účastníků tacitní koluze. Jak dokazuje i znatelně vyšší  
1892 cenová hladina služeb rezidentních zákazníků vůči firemním zákazníkům nebo vyšší cenová  
1893 hladina v ČR i u mezinárodních cenových srovnání.

### 1894 **7.4.3 Potenciální konkurence**

1895 Jak již Úřad uvádí v kapitole 2.7 *Hodnocení situace na maloobchodním trhu* současné  
1896 postavení konkurentů síťových operátorů, tedy virtuálních operátorů, na trhu mobilních služeb  
1897 není – z důvodu jejich velkoobchodní závislosti na MNO, coby vertikálně integrovaných  
1898 operátorech – takové, aby mohlo ohrozit udržitelnost potenciální tacitní koluze  
1899 zainteresovaných subjektů (MNO). Nereálná je dle Úřadu i teoretická úvaha ve smyslu, že by  
1900 se některý z velkých MVNO prostřednictvím dotovaných maloobchodních cen cíleně pokusil  
1901 zvyšovat svůj tržní podíl, neboť jak již Úřad konstatoval v kapitole 7.2.1, jeho velkoobchodní  
1902 závislost na MNO by se nikterak nezměnila, a vzniklá ztráta by se jen kumulovala – což  
1903 významně omezuje sílu tohoto potenciálního konkurenčního vlivu.

1904 V současné době, a s prospektivním pohledem na období časového vymezení  
1905 analýzy, Úřad neshledává existenci další reálné potenciální konkurence – ať už v podobě  
1906 nového plnohodnotného síťového operátora či poskytovatele(ů) OTT (over-the-top) služeb,  
1907 která by mohla narušit potenciální existenci tacitní koluze.

---

<sup>107</sup> Jednalo se např. o akce městské části Brno – střed, organizace dTest či komunity LICIT.

- 1908 **Předběžný závěr ke kapitole 7.4.3 Potenciální konkurence:**
- 1909 Úřad na základě předběžného vyhodnocení tohoto kritéria neshledal ve vymezeném  
1910 období hrozbu vyplývající z existence potenciální konkurence.
- 1911 **Předběžný závěr ke kapitole 7.4 Reakce subjektů stojících mimo společnou strategii**
- 1912 Úřad na základě výše hodnocených dílčích kritérií pro hodnocení schopnosti  
1913 mimostojících subjektů narušit uvažovanou společnou strategii v rámci tacitní koluze, shledal,  
1914 že existují významné překážky pro vstup dalšího síťového operátora na trh, a současně, že  
1915 ani strana poptávky a ani (současná či potenciální) konkurence možných účastníků tacitní  
1916 koluze nemají takovou sílu, aby narušili případnou tacitní koluzi. Toto kritérium tak Úřad  
1917 předběžně považuje za splněné.
- 1918 **Předběžný závěr ke kapitole 7 Vyhodnocení kritérií pro společnou významnou tržní sílu**
- 1919 Vyhodnocení jednotlivých dílčích kritérií, jmenovitě *způsobilost trhu k tacitní koluzi,*  
1920 *možnost monitorování odklonu od podmínek společné strategie, účinné odvetné mechanismy*  
1921 *a reakce subjektů stojících mimo společnou strategii,* indikuje existenci společné významné  
1922 tržní síly mobilních síťových operátorů T-Mobile Czech Republic a.s., O2 Czech Republic a.s.  
1923 a Vodafone Czech Republic a.s.

1924 **Definice pojmů a zkratek:**

1925 Nad rámec pojmů uvedených v zákoně č. 127/2005 Sb., o elektronických  
1926 komunikacích a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o elektronických  
1927 komunikacích), ve znění pozdějších předpisů, se pro účely této analýzy relevantního trhu  
1928 rozumí těmito pojmy:

1929 • **Maloobchodní trh**

1930 Za maloobchodní trh je považován takový trh, kde dochází ke střetu nabídky  
1931 a poptávky mezi podnikateli v elektronických komunikacích a koncovými uživateli.

1932 • **Velkoobchodní trh**

1933 Za velkoobchodní trh je považován takový trh, kde dochází ke střetu nabídky  
1934 a poptávky mezi podnikateli v elektronických komunikacích, přičemž je příslušná služba  
1935 elektronických komunikací následně prodávána na trhu maloobchodním. Zpravidla se jedná  
1936 o nadřazený trh příslušného maloobchodního trhu.

1937 • **Relevantní trh**

1938 Relevantním trhem je trh produktů a služeb, které jsou z hlediska charakteristiky,  
1939 ceny a zamýšleného použití shodné, porovnatelné nebo vzájemně zastupitelné, a to na území,  
1940 na němž jsou soutěžní podmínky dostatečně homogenní a zřetelně odlišitelné od sousedících  
1941 území a splňuje podmínky tříkriteriálního testu. Zpravidla je vymezen z hlediska věcného,  
1942 územního a časového.

1943 • **Poskytovatel služeb elektronických komunikací**

1944 Poskytovatel služeb elektronických komunikací je podnikatel v oblasti elektronických  
1945 komunikací, který poskytuje služby elektronických komunikací, tj. služby obvykle poskytované  
1946 za úplatu, které spočívají zcela nebo převážně v přenosu signálů po sítích elektronických  
1947 komunikací, včetně telekomunikačních služeb a přenosových služeb v sítích používaných  
1948 pro rozhlasové a televizní vysílání a v sítích kabelové televize, s výjimkou služeb,  
1949 které nabízejí obsah prostřednictvím sítí a služeb elektronických komunikací.

1950 • **Dominantní operátor (poskytovatel)**

1951 Za dominantního operátora je považován operátor, jehož tržní podíl dosahuje  
1952 nejvyšších hodnot na popisované úrovni trhu (maloobchodní/velkoobchodní). Pro upřesnění  
1953 uvádíme, že se nemusí jednat o operátora s dominantním postavením na relevantním trhu.

1954 • **MNO**

1955 Mobile Network Operator (MNO) = síťový operátor. Subjekt poskytující mobilní služby  
1956 koncovým účastníkům svým jménem, který disponuje vlastní rádiovou přístupovou sítí (resp.  
1957 má vlastní přiděl frekvencí pro vybudování rádiové přístupové sítě). V České republice působí  
1958 síťoví operátoři jak na maloobchodním, tak na velkoobchodním trhu, na kterém prodávají své  
1959 služby virtuálním operátorům na základě komerčních velkoobchodních smluv.



1960 • **MVNO**

1961 Mobile Virtual Network Operator (MVNO) = virtuální mobilní operátor. Subjekt  
1962 poskytující mobilní služby koncovým účastníkům svým jménem a který nedisponuje vlastní  
1963 rádiovou přístupovou sítí (resp. nemá vlastní přiděl frekvencí pro vybudování rádiové  
1964 přístupové sítě). MVNO kupuje přímo (či nepřímo prostřednictvím MVNE) přístup do mobilní  
1965 sítě a originaci provozu nebo poskytování služeb od MNO – mobilních síťových operátorů,  
1966 kteří disponují vlastní mobilní sítí. Značkoví přeprodejci nejsou pro účely této analýzy zařazeni  
1967 do skupiny MVNO, avšak koncoví uživatelé (SIM karty) jsou zařazeny do podílů příslušných  
1968 MNO, resp. MVNO. Koncoví uživatelé jsou v tomto případě účastníky mobilního síťového  
1969 operátora (MNO) nebo mobilního virtuálního operátora (MVNO). Účastnický vztah se síťovým  
1970 operátorem, případně virtuálním operátorem je zachován, nabídka je ale deklarována vůči  
1971 účastníkovi pod jinou obchodní značkou.

1972 • **MVNE**

1973 Mobile Virtual Network Enabler (MVNE) je subjekt velkoobchodně zpřístupňující  
1974 virtuálním mobilním operátorům síťovou infrastrukturu síťového operátora na bázi virtuální  
1975 mobilní platformy, včetně dalších eventuálních související podpůrných služeb (účtování,  
1976 provoz apod.) MVNE tak působí v roli prostředníka mezi síťovým a virtuálním operátorem.